

デジタル・ファッション・ロー概観

弁護士 齋藤 理央



要約

現代において進化し続けているデジタル・ファッションを取り巻く法律問題について、本稿ではデジタル・ファッション・ロー概観と銘打って情報法、知的財産権法、そしてデジタル・ファッション取引を成立させる中核的役割を果たしている NFT の法的性質を概観した。筆者の考察を前提にするとデジタル・ファッションを構成するファッション・アイテムは全て情報として存在する。そうした観点から、情報法との関係性を意識した考察を行った。また、意匠法による保護が現状期待できないデジタル・ファッションにおいては著作権法も法的保護の中心となるのか、デジタル・ファッションにおいても重要な関係性を持つ知的財産権的視点からもデジタル・ファッション・ローを概観し、デジタル・ファッションというビジネス分野を成り立たせることに成功している NFT と呼ばれるトークンについても、デジタル・ファッションとの関係性を法的な観点から考察する。

目次

1. デジタル・ファッション・ロー（はじめに）
2. デジタル・ファッションについて
3. 情報法とは
4. デジタル・ファッションと知的財産権法上の保護
 4. 1 デジタル・ファッションの著作権法による保護
 4. 2 不正競争防止法による保護
5. デジタル・ファッションにおける NFT と情報の所有（新しい所有権？）
 5. 1 NFT の仕組み
 5. 2 NFT によるデータ所有状態の法的考察
 5. 3 NFT と著作権の関係
6. おわりに

1. デジタル・ファッション・ロー（はじめに）

NFT によって生まれたデジタル・ファッションという新しいファッション取引が発生している。そこで、インターネット全盛の現代において進化し続けているデジタル・ファッションを取り巻く法律問題について、本稿ではデジタル・ファッション・ロー概観と銘打って情報法、知的財産権法との関係性を考察した。また、デジタル・ファッション取引を成立させる中核的役割を果たしている NFT と呼ばれるトークンの法的性質に対して若干の考察を行った。

近年注目を集めるデジタル・ファッションと伝統的なファッションを対比すると、最も大きな違いのひとつは、取引される衣服、装飾品など商品となる物品（これを以下、ファッション・アイテムや単にアイテムという場合がある。）が有体物として存在しているか、存在していないかの違いとなる。例えば、民法 85 条は法律上の物件の客体となる「物」について有体物であると定めている。伝統的なファッションにおいて取引されるのは、実際に着用できる衣服や装飾品などの有体物である。すなわち、伝統的なファッションビジネスを法的な観点から見ると取引の中核は物権の客体となる物の取引ということになる。実際の衣服や装飾品などの有体物の取引が中核となる点

は、インターネットにおける電子商取引においても異ならない。これに対して、筆者の考察を前提にするとデジタル・ファッションを構成するファッション・アイテムは全て情報として存在する。すなわち、取引の対象とされるアイテムが情報としてしか存在せず、物権の客体とならない。この点は、伝統的なファッション・ビジネスと大きな違いを生んでいるものと考えられる。したがって、デジタルデータとして存在するアイテムの取引を中心とするデジタル・ファッションを巡る法律関係を仮にデジタル・ファッション・ローと呼ぶとすれば、デジタル・ファッション・ローは情報法の性格も強い法領域であると思料される。誤解を恐れずに言えば、デジタル・ファッション・ローは情報法に包含される法分野とさえ言えそうである。そうした観点から、本稿では情報法との関係性を意識した考察を行った。すなわち、情報として生産され、流通し、消費されるデジタル・ファッションが、情報法一般の中で語られるべき法領域なのか再確認した。また、意匠法による保護が現状期待できないデジタル・ファッションにおいては著作権法も法的保護の中心となると思われる。また、その取引対象が情報である点から、著作権法はデジタル・ファッション・アイテムの複製や流通を阻害する要因にもなり得る。本稿では、デジタル・ファッションにおいても重要な関係性を持つ知的財産権法的視点からもデジタル・ファッション・ローを概観した。

さらに、デジタル・ファッションというビジネス分野を成り立たせることに成功している NFT と呼ばれるトークンについても、デジタル・ファッションとの関係性を法的な観点から考察する。

なお、本項においてデジタルとは、物質性を有さない情報のことを意味し、この対比として物質性を有する有体物を意味する表現として、フィジカルという言葉を用いることがある⁽¹⁾。

2. デジタル・ファッションについて

デジタル・ファッションに明確な定義はない。しかし、概ね実際に着用できる衣服や靴など伝統的なファッションと異なり、本稿にいうデジタル・ファッションにおいてはそうした衣服や靴などが物理的には着用できないデジタルデータとして取引される例を想定している。このようにファッション・アイテムがフィジカルではなくデジタルとして存在している点がデジタル・ファッションの特徴の一つと言える。例えば、代表的な例が、ザ・ファブリカント (The Fabricant) と、クリプトキティーズ (CryptoKitties) とのコラボレーションで誕生し1万ドルに近い落札額で話題になった物理的に着用することのできないヴァーチャルドレス「Iridescence Dress」の例だろう⁽²⁾。



図1 「Iridescence Dress」画像データ⁽³⁾

また、着用できないデジタルデータとしてファッションアイテムが存在している代表例の一つが、実際に履くことのできないヴァーチャル・スニーカーの例だろう。実際の有体物として取引されるスニーカーもコレクション性の高いアイテムである。このことから、ヴァーチャル・スニーカーは、デジタル・ファッションと相性がいいものと考えられる。例えば、ISECのヴァーチャル・スニーカーは、140万円で落札されたことが話題となった⁽⁴⁾。そこで、本稿におけるデジタル・ファッションとは、衣服や靴などのファッション・アイテムがフィジカルには着用できないデジタルデータとして存在しているケースを指すものとして、議論を進めていきたい。



図2 ISECのヴァーチャル・スニーカー「AIR SMOKE 1™/1Block」⁽⁵⁾

では、デジタル・ファッションに関する法律問題は、そもそもファッション・ローの範疇に含まれるだろうか。あるいは、フィジカルの存在を前提とするファッション・ローとは別に情報法として捉えられるべき法領域なのだろうか。ファッションは、特に服装や髪型に関する流行やはやりのことを言うと言われている。広義には、文化や慣習も含む。

また、ファッション・ローとは、ファッション産業などそうしたファッションに関わる法領域の総称を言うと言われる⁽⁶⁾。

既に述べたとおりデジタル・ファッションに正確な定義は存在しない側面もあるが、キーとなるファッション・アイテムについて概ね現実世界でのフィジカルな存在を前提とせず、ゲームやSNS、メタバースなどのデジタル空間上に存在する衣服や靴、アクセサリを模ったデジタル・データの取引を中心にしたファッション類似の事象と捉えられる。例えば、アバターやアイコンなどに着せることのできるデジタル上のファッション・アイテムの利用権の取引であったり、また多くの場合はNFTによるデジタル・データの所有類似の状態の取引を意味する。

3. 情報法とは

情報法は、情報の生産、流通、消費に関する法などと把握されている⁽⁷⁾。情報法は、その内にインターネット法やマスメディア法を包含する広範な概念と捉えられる。その関連法制も憲法（表現の自由・知る権利・プライバシー権等）から始まり民法（電子商取引）、行政法（通信規制・放送規制）、刑法、知的財産権法（特に著作権法）、競争法など幅広い法分野が密接に関連する。デジタル・ファッションもその実態が情報だとすれば、同様の議論が妥当するのだろうか。

まず、情報の生産の場面を見る。デジタル・ファッションのキーとなるのはデジタル・データとして存在するファッションアイテムである。このファッションアイテムの生産の場面では、著作権法による保護や、商標法などの産業財産権法による保護が問題となる。反対に、フィジカルな存在を前提としない以上、意匠法による保護は難しいものと思われる。

次に、情報の流通や消費の場面を見る。情報の流通の場面を見ても、キーとなるのはデジタルデータとしてのファッション・アイテムの流通や消費の点と思料される。一般的に、デジタル・ファッションが通信規制などの対

象となる場面は多くないと思われるが、知的財産権を侵害する情報や、人格権を侵害する情報などの通信は制限され得る。また、デジタル・ファッションの流通プラットフォームは、独占禁止法などの競争法規制の元に置かれることは一般的な情報流通の場面と同質的な議論を招来するだろう。加えてデジタル・ファッションの購入者も消費者である例が多い以上、消費者保護のための法規制も適用され得る。

このように、デジタル・ファッション・ローを情報法的視点から考察した際、やはり、情報法の議論は基本的に妥当すると思われる。そのうえで、知的財産権法上の保護や、NFTの法的考察などデジタル・ファッション・ローに特徴的な法律問題を考察していくアプローチも有効なように思われる。

4. デジタル・ファッションと知的財産権法上の保護

デジタル・ファッションが有体性を持たないデジタルデータの取引を中核とするとしても、伝統的なファッションと同様に知的財産権法制との関連性は強いものと考えられる。特に、フィジカルなアイテムを中核とする伝統的なファッションと、デジタル・ファッションにおける知的財産権保護の異同は、デジタル・ファッションを構成するアイテムが「情報」に過ぎないことを最も端的に反映するよう思われる。そこで、ここではデジタル・ファッションと知的財産権に関する若干の考察を試みたい。

4. 1 デジタル・ファッションの著作権法による保護

著作権法の分野では、大量生産される既製品いわゆる応用美術の著作物性について古くから議論があった。ところで、原則として一点物ではない大量生産を前提としてデザインされた有体のアイテムの取引を中核とする従来のファッション市場においても、衣服や装飾品は応用美術の属性を有するものが多い。すなわち、応用美術の保護に関する議論は、有体のアイテムの着用や取引を前提とする従来のファッションローの中でも盛んであった⁽⁸⁾。フィジカルアイテムとデジタルアイテムの保護の違いがもっとも劇的に現れる場面のひとつが、この意匠権と著作権の役割分担の場面であろう。

では、応用美術の保護を巡る従来の著作権法上の議論はどのようなものだったのだろうか。著作権法2条1項1号は、同法により保護される著作物について、「思想又は感情を創作的に表現したものであって、文芸、学術、美術又は音楽の範囲に属するもの」と規定し、同条2項は、「この法律にいう美術の著作物には、美術工芸品を含むものとする。」と規定している。これらの規定は、意匠法等の産業財産権制度との関係から、著作権法により著作物として保護されるのは、純粋美術の領域に属するものや美術工芸品などの表現物であり、実用に供され、あるいは産業上利用されることが予定されているいわゆる応用美術に属するデザインは、著作権法が保護対象にしていないう前提に立脚しているとも捉えられた。すなわち、実用品や産業品は、純粋美術やこれに同視し得る美術工芸品とは異なり、著作権法上の保護ではなく、意匠法等の保護領域とされていることから、著作権法の保護を受けるべき著作物について、「美術…の範囲に属するもの」と限定を付しているという考え方もできる。このような点から応用美術の著作物性について様々な議論がされてきた。応用美術についても、定まった定義があるわけではないが、著作権制度審議会答申説明書では、おおむね次のものをいうと述べられている。すなわち、「① 美術工芸品、装身具等実用品自体であるもの。② 家具に施された彫刻等実用品と結合されたもの。③ 文鎮のひな形等量産される実用品のひな形として用いられることを目的としているもの。④ 染織図案等実用品の模様として利用されることを目的とするもの。」である。従来のファッション・アイテムは、①などに当たるものとして応用美術の範疇で捉えられるものが多いと思われる。

では、デジタル・ファッションについても、従来のファッション分野で妥当した応用美術、特に著作物としての要保護性の議論はそのまま当てはまるのだろうか。

この点について考察すると、そもそも、デジタル・ファッションで取引されるデジタル・アイテムは、非代替性トークン（NFT）と呼ばれるとおり一点物のアイテムであることが前提という側面がある。もちろん同じデータを基調としてバリエーションチェンジする例はあるが、基本的に異なるデザインのデジタル・ファッション・アイテムについて所有の正統性を証票することがNFTの価値となるだろう。そうすると、そもそもデジタル・ファッ

ション・アイテムに応用美術性があるとしても、一点物の美術工芸品に近い性質を認めることが出来るかもしれない。

また、従来のファッションにおいては大量生産品のデザインについて正に意匠権による保護が期待された。これに対して、デジタルアイテムを前提とするデジタル・ファッションの世界においては、そもそも意匠権の保護は及ばない。また、著作権は純粋な情報を客体としても成立するが、フィジカルを伴う場合も当該物品に共通する抽象的な情報を媒介（著作物）として成立し得る。すなわち、著作権法はフィジカルに共通する抽出された情報（著作物）を媒介としても、あるいは、デジタルデータに共通するある情報に共通して抽出される情報（著作物）を媒介としても成立する。後者を客体として成立する著作権は、情報（著作物）を媒介として情報を保護しているとも言えるため、真に情報を保護する著作権という捉え方もできる（ただし、保護の客体に情報から抽出される情報を含むものは、商標法や不正競争防止法も一部同様である。）。このように著作権の保護客体からある情報に共通する情報（著作物）を媒介とする保護が除かれていない。このことが、著作権法が情報法の中でも重要な位置を占めている昨今の状況の一因とも思われる。いずれにせよ、フィジカルなアイテムを媒介にビジネスが行われる伝統的なファッションビジネスにおいては、著作権においても意匠権においても保護対象とされているために、著作権法と意匠法の棲み分けという伝統的な論点が生じていた。これに対して、純粋な情報としてファッション・アイテムが取引されるデジタル・ファッションの分野においては意匠権による保護が及ばない以上、著作権法との棲み分けの問題は発生しないように思える。

加えて、デジタル・ファッションにおいてそのオブジェクトのデザインは、ドレスやスニーカーなどの形状を一応取るという範囲で創作の幅を限定し得る。しかしながら、デジタル・ファッションで取引されるアイテムは、基本的には有体性を持たないデータであるため、物理的な意味でのデザインの制限は生じない。また、デザインの固有性が NFT の価値そのものであり、また価値を高める要素であるため、凡庸なデザインのファッション・アイテムが NFT として発行される可能性は高くないと言える。現にヴァーチャルドレス「Iridescence Dress」の例によるように、あるいは ISEC のヴァーチャル・スニーカー「AIR SMOKE 1」の例によるように、そのデザインは現実存在し得ない特別なものとなっている。以上の諸点から、仮にデジタル・ファッションも応用美術の議論が妥当とするとしても、現在の裁判所の多くが採用している基準によっても著作物性を肯定できる例が多いように思われる。以上の諸点から、デジタル・ファッションにおいて著作物性が問題となる例はあまり多くない可能性も高い。

4. 2 不正競争防止法による保護

デジタル化に伴う事業活動の多様化を踏まえたブランド・デザイン等の保護強化などを背景に、令和5年6月14日に不正競争防止法の改正法案が可決された。同改正不正競争防止法において、同法2条1項3号は「他人の商品の形態（当該商品の機能を確保するために不可欠な形態を除く。）を模倣した商品を譲渡し、貸し渡し、譲渡若しくは貸渡しのために展示し、輸出し、輸入し、又は電気通信回線を通じて提供する行為」と改正された（下線部筆者）。すなわち、形態模倣商品を、電気回線を通じて提供する行為も「不正競争」行為に当たることとされた。改正不正競争防止法のうち、同法2条1項3号に係る部分は、令和6年4月1日から施行される。同改正法の施行により、従来の有体のブランド品を模したデータ（例えば、有名ブランドのバッグなどを模したデジタルデータ）について無許可で NFT を発行するような行為については、商品形態模倣による対応も可能となる。すなわち、これまでは既存のブランド品を無許可で NFT として発行することについて商標権や不正競争防止法2条1項1号、2号による保護も考えられたところ、令和6年4月1日より、商品デザイン自体による不正競争防止法2条1項3号に基づく保護も検討し得る。さらに、今回の法改正に当たり所轄省庁である経済産業省は「他人の商品の形態」に、デジタル・ファッションのような純然たるデジタル上のデザインも含まれるという解釈変更をしている⁹⁾。この解釈変更が裁判所においても是認されれば、デジタル・ファッションのデザインを直接保護し得るため、改正後の不正競争防止法2条1項3号は、法的保護の場面における非常に重要なツールとなるだろう。

5. デジタル・ファッションにおける NFT と情報の所有（新しい所有権？）

デジタル・ファッションにおいては、伝統的なファッションビジネスのような有体物の取引は通常存在しない。

代わりにデジタルで表現されたファッション・アイテムが取引されるが、このとき、譲渡等の客体となって取引を成り立たせる機能を果たすのが NFT と呼ばれるトークンである。

ここで、NFT とは、「Non-Fungible Token」(非代替性トークン)の略をいう。仮想通貨などの代替可能なデジタルトークンに対して、トークン自体に代替性がない点が NFT の特徴である。仮想通貨などの代替性のあるトークン「Fungible Token」(代替性トークン)との対比において、「Non-Fungible Token」(非代替性トークン)と呼ばれる。では、デジタル・ファッションにおける NFT の役割は法的な観点から見たときどういったものであろうか。

まず、フィジカルなアイテムが取引される従来のファッションビジネスにおいて法的には所有権(民法 206 条等)の売買等が取引の中心となる。

ところで、民法 85 条は、「この法律において「物」とは、有体物をいう」と定める。したがって、「有体物」ではないデジタルデータには所有権が成立しない。これでは、デジタル・ファッションにおいては取引の媒介物が存在しないことになってしまう。そこで、民法上の所有権に代わる取引の媒介概念が必要となる。そして、現在デジタル・ファッション市場において、所有権に代わるものとして取引の対象として機能しているのが、NFT による所有類似の状態であると思料される。なぜなら、NFT は擬似的なデジタルデータの所有類似の状態として、所有権類似の機能からデジタル・ファッションにおける取引対象の中核となっているように思われるからである。そこで、法的な観点からデジタル・ファッションを考察したとき、正式な法的権利ではないものの、NFT という情報を客体として一応成立する擬似的なデータに対する所有類似の状態が取引の対象とされているという見方もできる。

しかしそもそも中央集権的な国家権力が成立しない時代においてそもそも所有権は公的なものではなく、事実的なものであった⁽¹⁰⁾。すなわち、国家権力成立前の時代において、もともと土地に対する主権は、「法的な」ものではなく、政治的なものに留まっていたという。

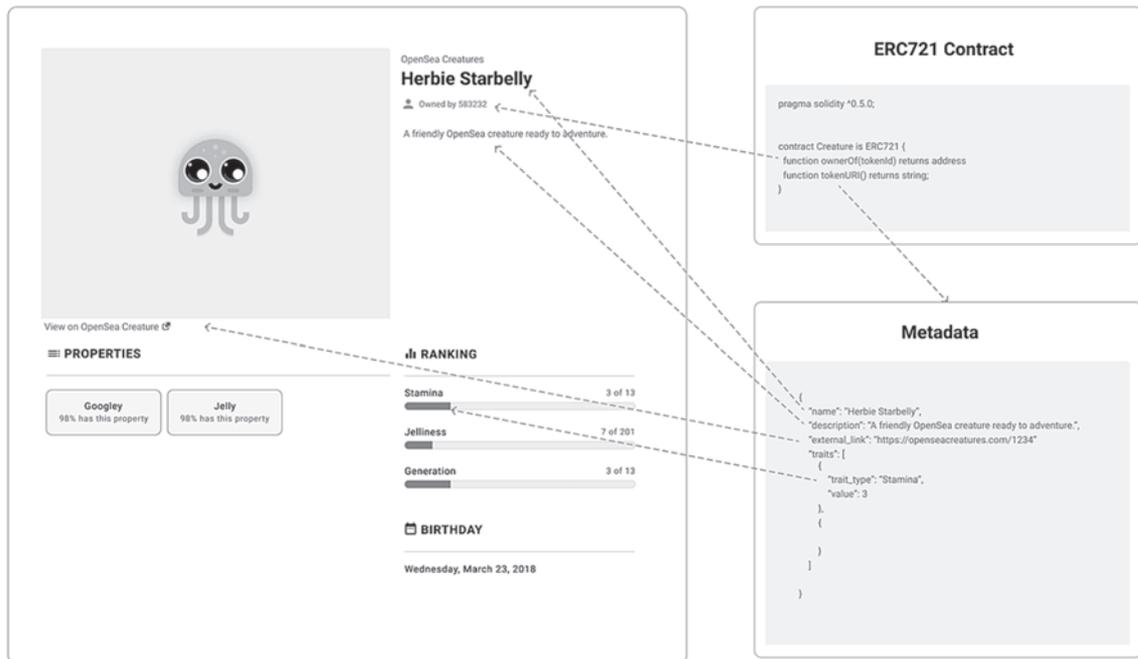
現在のデータに対する所有類似の状態もこれに近い側面も見出しえる。すなわち、デジタル・ファッションにおける純粋な情報として存在するアイテムなどの純粋なデジタルデータは現行法上所有権の客体とできない。また、そもそもインターネットというネットワークの世界において、現在中央集権的な国家権力の介在が十分とまでは言えるのか疑問な側面もある。そうした時に、法的な所有権による私有ができないデータについては、所有類似の状態を取引の対象とせざるを得ないとも言える。そして、そうしたデータに対する所有類似の状態を実現する仕組みが NFT 「Non-Fungible Token」(非代替性トークン)であると一応位置付けることができるように思われる。

5. 1 NFT の仕組み

では、NFT によるデータに対する事実上の所有状態の取引は、法的にどのように捉えればいいのか。そもそもの、NFT の仕組みから検討していきたい。NFT は、先に述べたとおり非代替性のトークンである。これに対してビットコインなどの仮想通貨は代替性のトークンである。

トークンは、オブジェクトの信頼性証明書のようなもので、その内は関連づけられた作品のタイトルやアーティスト名及びメディア・ファイルのリンク先(URL)などのデータからなる。メディア・ファイルは通常ブロックチェーンやトークン内には保存されず、外部のリンク先に保存される。

すなわち、NFT は非代替の紐付けられたデジタルデータ固有の正統性について証明書の機能を発揮する。そして、オリジナルのデジタル・ファッション・アイテムのような固有性の高い情報に対して、正統なものであることを証明することで NFT の機能が果たされる。このデジタル証明書の役割を果たすために欠かせない技術がビットコインから利用が始まったブロックチェーン技術である。ブロックチェーンは取引履歴をノードと呼ばれるコンピュータに記録する。ブロックチェーンによる台帳管理の先駆となったビットコインにおいては、2009 年 1 月 3 日から現在に至るまでの取引がすべて記録された台帳が存在する。この台帳のデータの偽造は、プルーフ・オブ・ワークによって防がれる。つまりブロックの承認に一定の時間と労力がかかること、さらに一つのブロックを偽造すればその後のブロックも連鎖と偽造しなければならず、ブロックの承認に費やされる労力も連鎖と必要となることから、事実上、台帳の偽造は非常に困難となる仕組みが取られている。

図3 トークンデータの概念図⁽¹¹⁾

台帳はそもそも、ネットワーク上に記録される。この取引履歴データを記録したブロックチェーンネットワーク上のコンピューターをノードと呼ぶ。台帳は、ブロックチェーンに参加している各ノードに保存されている。そして、全ての取引を記録したノードをフルノードと言う。フルノードもネットワーク上には複数存在する。

台帳は取引履歴の集積をブロックチェーンによって記録、管理している。ブロックチェーン技術の基幹は正しい取引の認証である。つまり、一つのトークンが2重譲渡された場合にどちらの譲渡が正しい取引か決定する仕組みが必要となる。2つのトランザクションのどちらを残して、どちらを削除するかを決定を行う仕組みが必要になり、この認証がプルーフオブワークと呼ばれるシステムである。NFTの取引履歴も同様に、正しい取引が選別される。ブロックチェーンを構成するブロックにはナンズというランダムなデータが含まれ、ハッシュ関数で暗号化される。このハッシュ関数を手当たり次第総当たりで紐解いた時に、ブロックが認証されるという仕組みをとることで、台帳の仕組みは成り立っている。このようにブロックチェーンにおける正当なトランザクションは、先に譲渡された取引ではなく、正当と認証された取引となる。正当と認証されなかった取引は、正規のブロックチェーンからは除外される。

取引（トランザクション）は、公開鍵と秘密鍵を用いた公開鍵暗号で行われる。公開鍵暗号とは暗号化を行う公開鍵と暗号化されたデータを解読する秘密鍵を分離する暗号システムを言う。受信者のもつ公開鍵は公開されているため送信者において暗号化はできるが、秘密鍵は受信者にしかわからないので、解読はデータの正当な受信者のみが行える。トークンは秘密鍵から公開鍵が生成されることで管理される。秘密鍵はランダムに生成された乱数で構成される。

NFTは、例えばデジタル・ファッション・アイテムとしてのデジタルデータ（メディア・ファイル）と紐付けられる。NFTを発行する際は、当該メディア・ファイルを同時にアップロードする。例えば、OpenSeaでNFTを発行する場合は、メディア・ファイルを同時にアップロードしてもいいし、メディア・ファイルの既にアップロードされたURLへリンクすることもできる。いずれにせよ通常メディア・ファイルはブロックチェーンの中には取り込まれず外部サーバーに保存されてそのURL等がNFTに収納される。そして、当該NFTは、当該メディア・ファイルが正統なデータであることを証明することになる。この発行時にアップロードされたメディア・ファイルの正統性を示すデジタル上の証票こそがNFTの持つ機能ということになる。そして、この機能を有するNFTが取引されることでデジタル・ファッションの取引は成立している。

5. 2 NFTによるデータ所有状態の法的考察

この、NFTによって表現された発行時にアップロードされたメディア・ファイルの正統性証明によるデータに対する所有類似の状態は、法的にどのように考察されるべきであろうか。複製技術が発達したとはいえ、有体物の複製には制限も伴う。また、最初に作成された有体物については著作権法がそうするように「原作品」という特別な評価を与えることもできる。実際に、著作権法上原作品には単なる複製物とは異なる位置付けが与えられている。これに対して、データは、有体物と異なり容易に複製ができる。したがって、有体物における原作品のような概念は成り立たないようにも思える。実際にも、NFTとして発行される際に紐付けられるメディア・ファイルが例えば Adobe Illustrator というアプリケーションで作成されたデータの場合でも、元の「.ai」拡張子のデータであることは稀であろう。しかし、この場合有体性のある作品における原作品に当たるのは「.ai」拡張子のデータであるとも思えるため、結局、NFTにおいて紐付けられたメディア・ファイルも複製データの一つということになる。したがって、ここではやはり、厳密な意味でのオリジナルデータであることの証明よりも、正統なデータであるという権威付けが重要ということになる。というよりも、いくらでも複製し得るデータの一つに、後から、NFTの発行によって正統なデータであるという価値付けを行っているというのが実際のところのように思われる。ところで、発行されているNFTの多くは著作権者による正当な発行ではないとの指摘もされている。すなわち、デジタルデータの知的財産権上の権利者に無許可でNFTが発行される例も多いとされている。しかし、NFTによるデータの所有状態の根幹が当該データの正統性に対する権威付けであるとすれば正当な権利者による発行は正統性を認めるための重要なファクターとなるだろう。ブロックチェーンを用いた著作権管理システムの将来的な大規模運用も期待される場所、そうした著作権管理システムと連動したNFT発行の仕組みが整えば、NFTによる正統性の徴憑も、より確実なものになることが期待される。また、実際にも権利者でない者の発行によるNFTには正統性に疑義も生じるところ、消費者被害のような事態も可及的に防止されることが望まれる。そうした場面でも、著作権管理システムとの連動などは効果を期待できるだろう。

5. 3 NFTと著作権の関係

また、NFTによる所有状態と著作権の関連性はどのように考えればいだろうか。デジタル・ファッションを構成するファッション・アイテムは、デジタルコンテンツとして通常ブロックチェーン外に保存されたメディア・ファイルとして存在する。このデジタルコンテンツは、通常ブロックチェーン上の取引記録の中に置かれず、ストレージサービスなどに保管されていることが多いという⁽¹²⁾。このデジタルコンテンツに対する所有類似の状態がNFTの実現するところである。また、このデジタルコンテンツに対しては、NFTによる所有類似の状態とは別に、当該コンテンツが著作物を包含するのであれば当該著作物を客体とする著作権法による保護が観念できる。裏返せば権利者以外の第三者に対する、デジタル・ファッションの複製や流通などに対する制限が生じ得る。

このNFTと著作権の関係は、しかし、著作物が有体物であるときには多く見られる法律関係と類似するとも言える。すなわち、著作物が有体物として存在するとき当該有体物に包含されている著作物に対して著作権が成立すると共に、当該有体物を客体とする所有権も成立する。このときに例えば著作権法は、「美術の著作物若しくは写真の著作物の原作品の所有者又はその同意を得た者は、これらの著作物をその原作品により公に展示することができる。」(著作権法45条1項)などとして、一部「原作品」という有体物を客体とする所有権に基づく著作権(展示権(著作権法25条))の制限を定めている。すなわち、著作権法45条1項は、有体物の所有者による有体物使用と、これとバッティングする展示権について、一部調整を志向している。

しかし、NFTは法的に正当な所有権ではなくブロックチェーンによって表現された情報を客体とする事実上の所有状態にすぎないと思料されるため、著作権法上NFT所持者のための著作権の制限は予定されていない。そうすると、NFT所持者は、情報として成立するデジタル・ファッション・アイテムに対して事実上の所有状態を取引によって取得したものの、当該情報の自由な利用は原則的には著作権(複製権・公衆送信権等)によって制限されていることになる。

例えば、NFT所持者は当該情報の一応の所有状態にあるとしても、所有状態を取得したデジタル・ファッショ

ン・アイテムについて、複製や公衆送信さえもできないのが原則である。

このような状態を防ぐためにも、著作権者以外の者による NFT の発行は慎まれると共に、著作権者の発行においても利用条件などを明示することが望ましいと考えられる。

6. おわりに

デジタルの世界がかつてこれほど栄えた時代はなかった。そして、デジタルの世界では、いまだ国家の介入が十分でない中、日々新しい現象が生じる。法整備が追いつかない中で、デジタル法は、かえって歴史上の法制度から学ぶことが多いという逆転現象が生じる。すなわち、かつて法整備が十分でなかった中世以前の法状態に実は類似する場面も多い。本稿で考察したとおり、NFT による所有類似の状態は、中央集権的な国家による正当な法的権利ではない。法によって情報に対する私有が認められていない現在において、情報に対する法的な所有権成立の前夜として、インターネットという共同体の中で認められている所有類似の状態が取引の対象とされている、という評価もなし得るように思われる。そして、その表象が NFT による情報に対する事後的な正統性の評価付けであるように思われる。このような法的に正当に成立する以前の事実上の情報に対する所有状態の取引は、未知の問題を多く含む。加えて、デジタル・ファッションにおいても本稿で概観したように知的財産権法は重要な関連性を有する。

このような特殊性を持ったデジタル・ファッション・ローも、しかし、取引の中核を純然な情報と捉えるのであれば、情報の生産、流通、消費を巡る法律問題として把握される情報法の議論は概ね妥当するであろう。

おそらく、デジタル・ファッション・ローは今後も固有の未知の問題を生じると思われるが、情報法や、知的財産権法、そして時には歴史的な法律上の議論も参考にしつつより良い解決を探ることが望まれる。

(注)

- (1) なお、昨今デジタルとフィジカルの融合という意味でフィジカルという造語がある。
- (2) Annabelle Williams 『デジタルファッションって何?…デジタル空間で自分を飾るアイテム。NFT アートのように高額で取引される例も』 BUSINESS INSIDER URL: <https://www.businessinsider.jp/post-232476>
- (3) thefabricant.com 『IRIDESCENCE』 URL: <https://www.thefabricant.com/iridescence> より
- (4) GLOBE + 『「何かのバグ？」履けないのに 140 万円の値がついた「バーチャルスニーカー」とは』
<https://globe.asahi.com/article/14623133>
- (5) YouTube チャンネル 1SEC INC. 『AIR SMOKE 1™/1Block』 URL: https://www.youtube.com/watch?v=C7CaxzqW_2M より
- (6) 角田・関 『ファッションロー』 初版 1 頁
- (7) 曾我部・林・栗田 『情報法概説』 第 2 版 2 頁
- (8) 角田・関 『ファッションロー』 初版 45 頁
- (9) 経済産業省知的財産政策室 『不正競争防止法の改正に伴う逐条解説等の改訂方針（案）について』（令和 5 年 11 月）
https://www.meti.go.jp/shingikai/sankoshin/chiteki_zaisan/fusei_kyoso/pdf/023_05_00.pdf
- (10) 谷口貴都 『古代ローマ法における私的所有権の形成』 71 頁
URL: https://www.jstage.jst.go.jp/article/takahogaku/7/1-2/7_KJ00004262070/_pdf/-char/ja
- (11) OpenSea Developer Platform 『Metadata Standards』 URL: <https://docs.opensea.io/docs/metadata-standards> より
- (12) 増島・堀 『暗号資産の法律』 第 2 版 382 頁

(原稿受領 2023.12.10)