



NFTの法的課題

増田 雅史 Masuda Masafumi 弁護士

森・濱田松本法律事務所パートナー弁護士、一橋大学特任教授。編著「NFTの教科書」(朝日新聞出版、2021年)、監修「マンガでわかる! NFTビジネス」(宝島社、2023年)ほか、著作・講演多数。令和5年度消費者月間シンポジウムでは、web3・メタバースについて基調講演を実施



本稿では、特集1に引き続き、NFTにまつわる法的な課題について概観します。

● NFTは法律上の位置づけのない事実上の「いれもの」や「しるし」

特集1で説明されているように、NFTの用途は千差万別ですが、そもそもNFTは法令上の根拠に基づいて発行されているものではありません。

NFTは、ブロックチェーン上のデジタルトークンであるという技術的な特質を活かして、その保有者に何らかの利用権や地位を与え、それをブロックチェーン上で取引可能とすることを意図して発行されます。しかし、NFTであることから当然に何らかの権利が発生するわけではなく、その内容や形式は、あくまで個別のトークンごとの設計次第となります。

つまり、「NFTであること」自体の法的な意味はないのです。NFTは、何らかの利用権の「いれもの」や、何らかの地位を主張するための「しるし」として機能しますが、NFTであることからこうした利用権や地位が当然に発生するわけではない、ということをまずは理解する必要があります。

● 「デジタル所有権」という誤解

これに関連して、特にアート分野で利用されるNFT(アートNFT)に関してよくあった誤解

が、NFTが「デジタル所有権」を実現するのだ、という考え方です。

デジタルアートの世界では、作品であるデジタルデータ自体が容易に劣化なくコピーできてしまうので、作品の販売によるマネタイズ(収益化)が難しく、アーティストが収入を得る手段が限られてしまうという問題がかねてから指摘されていました。そこで、ブロックチェーン上であたかも1つの「もの」であるように取引し保有することが可能なNFTの特質を利用して、NFTをそのデジタルアート作品に紐づけて、そのアート作品のオーナーシップを示すものとしてNFTを販売するというアイデアが考えられました。2021年3月には、アメリカ人のデジタルアーティストBeeple氏のデジタルアート作品のNFTが、老舗オークションハウスであるクリスティーズにて約75億円で落札され、その後の世界的なNFTブームの火付け役となったことは記憶に新しいところです。

このように、物理的に存在するアート作品と同様にNFTを一つ一つ売買できるようになったことを指して、NFTが「デジタル所有権」を実現したのだと評する向きがあります。

しかし、そもそも民法上の所有権とは、物体(有体物)に対して発生する権利であり、具体的には、その物体を占有する無権限者に対して返還を求めること(物権的返還請求権)などができるといえるものです。デジタルデータなど形のないもの(無体物)には、所有権が発生することはないというのが支配的な見解であり、また、契

約によらず当然に発生する権利(物権)には法律上の根拠が必要であるというのが民法上の原則です(物権法定主義)。

そうすると、デジタルデータにすぎないNFTには、所有権が発生することはなく、類似の権利を発生させるような根拠法もないことから、これを「デジタル所有権」と評することは不適當だと言わざるを得ません。確かに、NFTの保有者はそのブロックチェーン上のデジタルトークンを排他的に支配・管理すること自体は可能であり、それは「もの」を一つ一つ占有しているようにも似ている面があるわけですが、その支配可能性はブロックチェーン上のトークン管理のしくみという技術的な特質から事実上生じるものにすぎず、法律上の根拠を有するものではないということです。

前述のとおり、やはり「NFTであること」自体の法的な意味はなく、その保有者に対して何らかの利用権や地位を適切に与えられるかは、法律実務上の工夫次第といえます。

ちなみに、NFT自体は誰でも発行できてしまいますので、利用権や地位を付与できるような適切な権利者により発行されているかも、重要な要素といえるでしょう。いわば「本物」であるかどうか、という問題です。実際、第三者が勝手に発行した「偽物」というべきNFTが世の中にあふれているのも事実であり、後述するNFTマーケットプレイスのOpenSeaは2022年1月、同サービスが提供する機能を利用して無償で発行されたNFTのうち8割以上が不正なものであることを明らかにし、話題となりました。

● NFTの取引実務

NFTの取引は、NFT発行者による販売(一次販売)と、その後の流通の場におけるユーザー間取引(二次販売・二次流通)に大別されます。NFTがブロックチェーン上のトークンである以

上、共通の取引インフラであるブロックチェーン上で転々流通することは当然に想定されず、実際にもユーザー間での取引が発生するというわけです。

二次販売は通常、NFTマーケットプレイスと呼ばれる、NFTのユーザー間取引を可能とするサービス上で行われます。代表的なサービスは、前項でも触れたアメリカのOpenSeaですが、これに限らずさまざまなサービスが利用されています。一般的なNFTは、イーサリアム(Ethereum)などのパブリックブロックチェーン(誰でも管理に参加可能なブロックチェーン)上で発行されていますので、そのブロックチェーンに対応しているマーケットプレイスであれば、どこでも取引が可能です。

一般的なマーケットプレイスは、売りたいユーザーがNFTを出品し、買いたいユーザーが直接購入を申し込むという形態をとっており、いわゆるフリマアプリと同様のしくみであるといえます。異なるのは、取引対象がNFTであること、その取引の実行のために「ウォレット」を事前に用意しサービスと連携することが求められること、取引が成立すると取引結果が自動的にブロックチェーン上で反映され履行が完了することです。

ウォレット(ブロックチェーンウォレット、クリプトウォレットなどと称されることもあります)とは、ブロックチェーン上で自身が保有するトークンを管理するためのしくみであり、典型的には、スマホアプリやウェブブラウザのアドオン(追加機能)といった形態で提供されています。具体的には、ブロックチェーン上のトークンの置き場所である「アドレス」に対応する「秘密鍵」を管理・運用するためのしくみであり、この秘密鍵による電子署名を行うことで、トークンをほかの場所に移転させるための取引記録(トランザクション)を生成することができま

す。このしくみを通じ、ウォレットを操作することによってトークンの取引を行うことができるので、ウォレットをあらかじめ取引サービスに接続することによって、同サービス上での取引結果が、ブロックチェーン上でNFTの移転として自動的に記録されることとなります。

このようなブロックチェーン上の取引の自動化は、スマートコントラクト(よくスマコンと略されます)というブロックチェーン上に置かれるプログラムの動作により実現されます。その点では、スマコンは「コントラクト」(契約)というよりも「エグゼキューション」(実行)のしくみであるといえるでしょう。

他方で、こうしたブロックチェーン上での取引実行が伴わない場合もあります。販売サービスのしくみが、ウォレットを連携してNFTを移転してもらう(これを「出庫」ということがあります)まではNFT自体を発行しなかったり、発行されていたとしても移転指示をするまで預かり続けるようなケースです。ブロックチェーンゲーム分野を中心に、サービス内のデジタルアセットをNFTとして取引可能にすることを「NFT化」と称することもあります。

NFT取引の留意点と 消費者トラブル

これまでに見てきたNFTの特質や取引実務によれば、消費者としてNFTを取引する際には、主に次の3つの点に留意する必要があるといえるでしょう。

- ①当該NFTを保有していると、何をすることができるか(保有者の権利)
- ②当該NFTは「本物」、つまり正当な権利者が発行したものか(本物かどうか)
- ③当該NFTはそもそも発行されているか、購入と移転は同時に行われるか(発行や移転のタイミング)

それぞれ消費者トラブルとも深く関連しますので、少し細かく見ていきます。

まず①**保有者の権利**ですが、実態としては、単純なアートNFTのように権利自体が明示的には何も存在しない場合や、何らかの権利・地位の付与が意図されていてもそれが明確に説明されていない場合があります。「NFTであること」自体に法的な意味がないことは既に述べたとおりです。よって消費者としては、NFTだからといって安易に飛びつかず、発行者による商品の説明や規約等を読み、必要に応じて問い合わせることなどを通じて、購入しようとする対象が理解できる内容のものであるかどうかを注意深く確認すべきでしょう。

二次販売の場合には、販売者は発行者ではないことから、ケースによっては、発行者自身による説明や規約を探する必要も生じます。ただ、例えば家電製品を購入するときにも、慎重な消費者は販売店の説明だけを鵜呑みにせず、メーカー公式の説明資料やウェブサイトの記載も確認するはずで、ましてNFTの二次流通は、個人間取引としてなされる場合がほとんど(というか、取引相手が誰であるのかを確認しようがない場合が多い)ですから、よりいっそう、そうした慎重な態度をとるべきだといえます。

次に②**本物かどうか**ですが、実際問題として、誰でも利用可能なNFTマーケットプレイスを中心に、例えば日本発コンテンツに関して、権利者ではない第三者が発行したであろうNFTの販売・流通が非常に多くみられます。事態を重くみた経済産業省は2022年度、「NFTマーケットプレイスにおける正規版コンテンツ流通促進に係る調査事業」として実態調査や対策の実証実験を行い、2023年7月にはその報告書が公表されました。

消費者としては、一次販売つまり発行者自身がNFTを販売する場合には、それがあるコンテンツについて実際に権利を有している者によ

る販売かどうか、比較的判断しやすいといえるでしょう。例えば、出版社がマンガ作品に関するNFTを自ら取扱い、自社サイトや提携するマーケットプレイスで販売するような場合です。しかし二次販売の場面では、販売者は発行者ではありませんし、そもそも誰であるかを具体的に確認すること自体が困難である場合がほとんどですので、売られているものが果たして権利者により発行されたものかどうか、慎重に見極める必要があるといえます。

そして③**発行や移転のタイミング**ですが、これはサービスによって千差万別であり、何がよいかは一概にはいえません。販売時にはすぐにNFTを受け取れないようなケースであっても、しばらくは販売者にNFTを管理してもらったほうが、それなりの知識が求められるウォレットの用意が必須である場合よりも消費者に対して優しいしくみともなり得るからです。

問題となるケースは、例えば、消費者は既に発行されているNFTを入手したと思い込んだのに、実際にはまだ発行されておらず、発行や受取りまでには種々の条件があることがきちんと認識されていないような場合です。結局は①と同様、購入しようとするものが何であるのかをしっかりと確認することが求められるといえます。

● NFTの政策動向と今後の展望

NFTに関する法政策は、政権与党である自民党に設置されたプロジェクトチーム(PT)が策定した次の各政策提言ペーパーを足掛かりとして、関係省庁にて多種多様なテーマについての検討が進められています(筆者は、いずれのPTにもワーキンググループのメンバーとして参画し、提言のドラフト作業に関与しました)。

① NFT政策検討PTによる「NFTホワイトペーパー Web3.0時代を見据えたわが国の

NFT戦略」(2022年3月公表)

② web3PTによる「web3ホワイトペーパー～誰もがデジタル資産を活用する時代へ～」(2023年4月公表)

特に②では、短期的課題として「無許諾NFTへの対策と消費者保護」という項目が掲げられ、前述の実証実験などの取り組みを政府として継続的に支援すべきであること等が提言されたことに加え、中長期的課題として、一般消費者が当たり前にウォレットを保有しweb3サービスを利用する時代を見据え、消費者目線に立って安心・安全な利用環境を整備することが提言されました。

私は、ブロックチェーンやNFTをインフラや構成要素とする「web3」の世界観が一般に浸透し、web3サービスがマス・アダプション(大衆受容)を迎える可能性は十分にあると考えています。他方、一般消費者のweb3に関するリテラシーが急激に高まることは残念ながら考えづらく、このリテラシー不足は、マス・アダプション実現に当たっての大きな障害となるでしょう。

web3の発展が消費者にもたらす利益と、消費者リテラシーの向上は、この点でまさに「にわとり・たまご」の関係にあるわけです。双方の実現に当たっては、消費者の目線で政策立案者と産業界が協働することが欠かせないでしょう。「消費者目線に立って、安心・安全な利用環境の整備を」という提言には、そうした観点が含まれているといえます。その実現への期待を込めて、本稿の締めくくりとしたいと思います。