

仮想空間におけるデザイン創作の保護 に関する調査研究

令和6年3月

株式会社サイバー創研

目 次

本編

第1部 調査研究概要.....	3
第1章 調査研究の背景と目的	3
第2章 調査研究項目・方法等	4
第2部 仮想空間のデザイン保護に関する公開情報調査	6
第1章 調査概要	6
第1節 調査目的.....	6
第2節 調査項目・方法	6
第2章 調査結果	8
第1節 主要国の政府機関等の取組	8
第2節 裁判例等.....	30
第3節 調査研究報告書・論文等	42
第4節 メタバースの知財と法務	73
第5節 ニュース記事	79
第3部 メタバースプラットフォーム等の利用規約等の調査.....	81
第1章 調査概要	81
第1節 調査目的.....	81
第2節 調査方法.....	81
第3節 調査時期.....	81
第4節 調査の枠組み	82
第5節 調査対象.....	85
第2章 調査結果	89
第1節 cluster	90
第2節 VRChat.....	99
第3節 Resonite.....	109
第4節 HoYoverse	119
第5節 Honnverse（虹宇宙）	127
第6節 ZEPETO	135
第7節 Decentraland.....	146
第8節 BOOTH.....	153
第9節 Unity Asset Store.....	158
第10節 MakeAvatar.....	165
第3章 メタバースプラットフォーム等の利用規約等の特徴まとめ.....	169
第4部 仮想空間のデザイン創作に関する国内実態・意識調査	178

第1章 調査概要	178
第1節 調査目的.....	178
第2節 調査方法・調査対象	178
第3節 調査項目	179
第4節 調査時期.....	179
第5節 回答者属性	180
第2章 調査結果	181
第1節 デザイン制作の実態	181
第2節 模倣、紛争経験の実態	186
第3節 保護と利用のバランスに関する意識	194
第3章 アンケートから分かった主要な事項のまとめ	200
第5部 仮想空間のデザイン創作に関する海外実態・意識調査	203
第1章 調査概要	203
第1節 調査目的.....	203
第2節 調査方法・調査対象	203
第3節 調査項目	204
第4節 調査時期.....	204
第2章 調査結果	205
第1節 大阪大学) 青木大也准教授	205
第2節 東海大学) 内田剛准教授	210
第3節 法律事務所 ZeLo) 澤田雄介弁護士	214
第4節 関真也法律事務所) 関真也弁護士	217
第5節 学習院大学) 小塚荘一郎教授	219
第6節 韓国知識財産研究院) ムン・ミョンソプ氏	224
第6部 仮想空間のデザイン保護に関する検討課題に対する示唆	227

資料編

I. アンケート調査票	237
-------------------	-----

本 編

第1部 調査研究概要

第1章 調査研究の背景と目的

架空の仮想空間サービスとして「メタバース」の語が登場した 1992 年から三十年の年月の中で、インターネットの通信網の急速な拡大、オンラインゲームの流行、そして「セカンドライフ」や「meet-me」等、実際に仮想空間サービスが模索されてきた。この十年は、4G による通信の高速化、クラウドの世界的普及、汎用的なゲームエンジンの発展等により、世界規模で何千万人という人間が同時に接続し、リアルタイムでレンダリングされる 3D グラフィックスによって仮想空間を体感する環境が実現してきている。そして、仮想空間への没入感を高めるハードウェアの更なる発展や、いわゆる Web3.0 による分散型の社会の到来と NFT の普及によるデータの価値の変化によって、クリエイターのデジタル創作物を巡る環境の変容が期待され、技術の進展と仮想空間における経済活動の多様化は軌を一にしている。

一方、仮想空間に関する法整備やルール策定については、技術の進展や経済活動の多様化に必ずしも追いついていない。そこで、特許庁令和 4 年度産業財産権制度各国比較調査研究等事業「仮想空間に関する知的財産権保護の状況」として、仮想空間に関する知的財産について、現行の知的財産権各法（意匠法、商標法、著作権法、不正競争防止法、特許法・実用新案法）の法域で保護される対象、保護が及ばない対象を整理するとともに、仮想空間でビジネスを行う企業や有識者等に保護の状況、課題、ニーズ等についてのヒアリングを行い、さらに、諸外国の法制や議論の状況についても調査が行われた。この調査研究によれば、仮想空間におけるデジタル創作物に対し、意匠制度を通じたデザインの創作的価値の観点からの保護のニーズは、中長期的な情報収集を通じて検討を行う段階とされている。

また、令和 5 年度 5 月内閣府知的財産戦略推進事務局「メタバース上のコンテンツ等をめぐる新たな法的課題への対応に関する官民連携会議」公表の「論点整理」でも、意匠法上の課題が指摘されたとともに、対応の方向性として、中長期的課題として慎重に検討することが適当とされた。他方、各国における議論の状況は、各国の意匠制度の本質的な考え方の相違によって、異なる法的発展の道筋を歩んでいることも同時に把握されており、引き続き、不断に国際的な議論の状況を収集し、その背景にある原理に踏み込んだ分析を進めていく必要がある。

このような背景の中、本調査研究は、今後、国際的な経済的利用の拡大が期待される仮想空間における、意匠法上の保護対象の範囲や意匠権の効力範囲の在り方について、中長期的に追及するための基礎とすることを目的とし、各国の意匠制度が、仮想空間におけるデザインをどのように定義・解釈しているか、デザインと密接な関係にあるモノの用途・機能との関係性について把握し、各国における創作されたデザインの保護と利用のバランスや、保護が創作に与える影響に関する意識・実態、国境と無関係に利用されるかに見える仮想空間への法の適用・裁判管轄、法律によらずユーザーの活動を規律する利用規約・ガイドライン等の状況について、事例や情報の蓄積のための調査と分析を行ったものである。

第2章 調査研究項目・方法等

本調査研究では、具体的には、以下のような項目で調査研究を実施した。全体の俯瞰図を図表 1-1 に示す。

1. 仮想空間のデザイン保護に関する公開情報調査

仮想空間のデザイン保護の中長期的な検討に資するため、国内及び諸外国（米国、欧州、中国、韓国）の意匠制度下における、仮想空間のデザイン保護に関する公開情報を調査し、整理した。

2. メタバースプラットフォーム等の利用規約等の調査

仮想空間での利用を想定した、3D モデル等のデザイン創作物の制作、利用、取引等を行うことができるメタバースプラットフォーム等の、利用規約、ガイドライン等の調査を通じて、仮想空間におけるデザイン創作物の財産的権利の保護環境の状況、実態を把握するための調査・分析を行った。

3. 仮想空間のデザイン創作に関する国内実態・意識調査

仮想空間、メタバースでの利用を想定した、3D モデル等のデザインやアートの制作を行ったことがある者を対象に、仮想空間のデザイン制作や模倣、紛争経験の実態、保護と利用のバランスに関する意識を問うアンケート調査を実施した。

4. 仮想空間のデザイン創作に関する海外実態・意識調査

仮想空間、メタバースに向けた、3D モデル等のデザイン保護に関する、米国、欧州、中国、韓国における模倣、紛争の実態を把握し、その知見に基づく、保護と利用のバランスに関する有識者の意見を聴取した。

図表 1-1 本調査研究の俯瞰図

背景

- ・仮想空間に関する法等の整備は技術の進展に必ずしも追いついていない。
- ・特許庁令和4年度事業等で知財法での対応状況について一定の整理。
(特許庁「仮想空間に関する知的財産保護の状況に関する調査研究」、
内閣府「メタバース上のコンテンツ等をめぐる新たな法的課題への対応に関する官民連絡会議」等)
- ・デザイン保護や意匠制度については、中長期的課題として検討することに。

目的

仮想空間(メタバース)のデザイン(3Dモデル等)保護に関する、中長期的な検討の基礎とするため、以下の4つの項目の調査を実施

調査研究項目

公開情報調査

以下の主要なもののリストアップ

- ・主管庁の取組
- ・裁判例
- ・調査研究報告書・論文等
- ・ニュース記事

利用規約等の調査

主要なメタバースプラットフォーム等(10者)

- ・権利の帰属
- ・収益の分配
- ・紛争解決

国内実態・意識調査

クリエイター向けアンケート(425名から回答)

- ・制作の実態
- ・模倣・紛争経験の実態
- ・保護と利用のバランスに関する意識

海外実態・意識調査

有識者ヒアリング(6名)

- ・海外における模倣や紛争の実態
- ・保護と利用のバランスの在り方

仮想空間のデザイン保護に関する検討課題に対する示唆

調査研究全体を通じたまとめとして、仮想空間の産業や仮想空間に携わるクリエイターを取り巻く環境の見通し、仮想空間(メタバース)の特徴を踏まえ、諸学国と日本におけるデザイン保護の動向を整理し、今後の、検討課題に対する示唆を述べる

第2部 仮想空間のデザイン保護に関する公開情報調査

第1章 調査概要

第1節 調査目的

仮想空間のデザインの保護の検討に資する、関係する国内及び諸外国の論文・裁判例・ニュース報道のリストアップ、整理及び分析を行う。

具体的には、本調査研究に関連する書籍、論文、裁判例、調査研究報告書、審議会報告書、ニュース記事、法・判例等検索データベース情報及びインターネット情報等を利用して調査、整理及び分析を行う。ビデオゲーム・オンラインゲーム内のデザイン模倣や3Dモデルのデザインが問題となった事例等、周辺の関連する情報も収集する。特に各国の意匠制度において、仮想空間におけるデザインの捉え方や仮想空間内で再現されているデザインの用途・機能に関する調査・分析に資するよう、3Dデータ化された製品の外観デザインが紛争の対象となった事件等について、収集する。原則として、2005年以降のものを対象とするが、調査の過程において有益なものが発見された場合はそれ以前の調査研究でも調査結果に含める。

第2節 調査項目・方法

具体的には、以下のような項目で調査を実施した。

1. 主要国の政府機関等の取組

日米欧中韓の知財庁のホームページ、及び、JETROの担当部門が調査した、主要国の政府機関等の情報を対象に、メタバースに対する知的財産権に関する記載内容を対象に抽出を行った。

2. 裁判例

メタバースの意匠制度や商標制度の枠組みなどの影響する可能性がある、裁判例を対象に抽出を行った。

訴訟番号が明示され（一次引用）、弁護士などが、訴訟のポイントを解説している（二次引用）事例の抽出を行った。

3. メタバースに特化した調査・分析情報

継続してメタバースの知財と法務について、調査・分析し、解説している「メタバース知財と法務」の全開催情報を調査・分析し、意匠に関連すると思われる情報を抽出した。

4. 調査研究報告書・論文等

日本の論文については、ciniiを対象に、メタバースを含み、著作権、意匠、商標のいずれかを含む論文を対象にした。

海外の論文については、Google scholar データベースで、検索式 ("metaverse" and ["copyright" or "design" or "trademark"] and ["protection" or ""]) で抽出した論文を

対象とした。調査実施は、2023.10 月年した。抽出期間は、2005 年以降であるが、それ以前も対象に最も古い論文も抽出した。

5. ニュース報道等

日本の新聞記事を対象に、メタバースを含み、著作権、意匠、商標、知的財産権のいずれかを含む記事を対象に抽出を行った。

第2章 調査結果

第1節 主要国の政府機関等の取組

1. 調査概況

近年の各国の政府機関等の主な取組を取集した。

それらを一覧としてまとめるとともに、その中で意匠権に関連すると思われる取組について、内容を紹介している。

2. 日本

近年の日本の政府機関等の主な取組¹を下表に示す。

図表 2-1 日本の政府機関等の主な取組

項番	出所	年月日	タイトル	概要
1	内閣府知的財産戦略本部	2022 年 11 月 21 日～開催中	メタバース上のコンテンツ等をめぐる新たな法的課題への対応に関する官民連携会議	メタバース上のコンテンツ等をめぐる新たな法的課題等に関する論点の整理など
2	一般財団法人知的財産研究教育財団	2023 年 9 月 27 日	知財研セミナー「XR・メタバースにおけるデザインとブランドの保護」	最近改正された不正競争防止法 2 条 1 項 3 号のほか、著作権、意匠権、契約実務等の各領域におけるメタバース・オブジェクトのデザイン保護、また、グローバルな観点から見たメタバース上の商品等の商標法上の位置付け（とりわけ指定商品・役務の考え方）を中心に、課題と対策を解説。：講師：関真也氏：日本国弁護士・ニューヨーク州弁護士／日本バーチャルリアリティ学会認定上級 VR 技術者
3	内閣府 知的財産戦略本部	2023 年 6 月 9 日	知的財産推進計画 2023	～多様なプレイヤーが世の中の知的財産の利用価値を最大限に引き出す社会に向けて～
4	一般財団法人知的財産研究教育財団 知的財産研究所	2023 年 3 月	仮想空間に関する知的財産の保護の状況に関する調査研究報告書	令和 4 年度産業財産権制度各国比較調査研究等事業 仮想空間に関する知的財産の保護の状況に関する調査研究報告書

¹ アクセス先(表の上から順)

1.https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/kanmin_renkei/index.html

2.<https://www.iip.or.jp/seminar/seminar230927.html>

3.https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/kettei/chizaikeikaku_kouteihyo2023.pdf

4.https://www.jpo.go.jp/resources/report/takoku/document/zaisanken_kouhyou/2022_02.pdf

5.https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/kanmin_renkei/dai1bunkakai/dai1/gijisidai.html

6.<https://www.tmi.gr.jp/eyes/event/2022/14000.html>

7.https://www.jetro.go.jp/ext_images/theme/ip/iippf/project/20220826.pdf

項番	出所	年月日	タイトル	概要
5	内閣府 知的財産戦略本部	2023 年 1 月 13 日	メタバース上のコンテンツ等をめぐる新たな法的課題への対応に関する官民連携会議 第一分科会（第 1 回）	現実空間と仮想空間を交錯する知財利用、仮想オブジェクトのデザイン等に関する権利の取扱いについて（討議用メモ）
6	日本貿易振興機構北京事務所、中華全国専利代理師協会	2022 年 11 月 10 日	第 13 回日中意匠制度シンポジウム	中国出願人が日本へ意匠を出願する場合の出願実務～ハーグ条約への加盟を踏まえて～
7	国際知的財産保護フォーラム（IIPPF）	2022 年 8 月 26 日	2022 年度第 2 回 IIPPF 企画委員会 情報共有セミナー 開催報告	「メタバースおよび NFT マーケットプレイスにおける知的財産保護について」セミナー開催

この中では、「仮想空間に関する知的財産の保護の状況に関する調査研究報告書」、令和 5 年 3 月、一般財団法人知的財産研究教育財団知的財産研究所の P177、P178 に、意匠に関連すると思われる記載があり、その内容を以下に紹介する。

「第 1 節．意匠法

1. 現実空間の物品の意匠法による保護

公開情報調査等の結果によれば、現実空間の物品に係る意匠権の効力は、仮想空間のデジタルコンテンツには及ばない可能性が高いと考えられる。

これは、

- ・ 現実空間の物品を基に仮想空間でコピーされたデジタルコンテンツは意匠法における「意匠」（意匠法第 2 条第 1 項）に該当しない可能性が高い。
- ・ 登録意匠とデジタルコンテンツの形態については、同一又は類似と認定される可能性はあるものの、その前提となる物品の類否判断において、登録意匠とデジタルコンテンツは、物品が非類似と認定される可能性が高い。
- ・ 仮想空間におけるデジタルコンテンツの販売行為等は、登録意匠の実施（意匠法第 2 条第 2 項に定義される製造、使用、譲渡など）に該当しない可能性が高い。

と考えられることによる。ただし、現実空間の意匠権が操作画像や表示画像の意匠に係るものであり、仮想空間において、同様の操作や表示のために登録意匠と同一又は類似の画像が用いられた場合であれば、当該意匠権の効力は仮想空間に及ぶ可能性があると考えられる。以上に関連し、ヒアリング調査においては、企業から、出願等に時間とコストを費やす意匠法よりも、不正競争防止法での保護の方が機動的に使いやすいという指摘があった。また、物品の意匠権をデジタルコンテンツに及ぼすような改正については、クリアランス負担が増大し、仮想空間における新規ビジネスの自由度が狭まってしまうことが懸念されるという指摘や、物品の意匠の審査実務に多大な影響（例えば、審査実務で「模様」等の重要性が上がり、デザインの制約の有無等

に関わらず模様や形状が似ている CG があれば審査で新規性が否定され、拒絶となりかねない懸念)があることが想定されるため、ユーザーからも賛同が得られないのではないかという指摘があった。他方、現実空間の操作画像における意匠権が仮想空間に及び得るか、という質問に対しては、仮想空間に及ぶという回答が多かったが、現実空間の操作画像が、自動車进行操作するための画像であり、その画像が仮想空間の自動車进行操作するために用いられた場合には、現実空間の自動車と仮想空間の自動車とは異なるため、仮想空間に及ぶとすることは難しいという意見もあった。

2. 仮想空間のデジタルコンテンツの意匠法による保護

公開情報調査等の結果によれば、仮想空間のデジタルコンテンツを物品の意匠として登録することはできないと考えられる。また、画像の意匠についても、コンテンツは操作画像・表示画像に該当しないため、登録できないと考えられる。このように、仮想空間のデジタルコンテンツに意匠権の保護は及ばない可能性があることから、こうしたデジタルコンテンツを仮想空間でコピーしたデジタルコンテンツや当該デジタルコンテンツを基に現実空間で製造された物品に対して、意匠権に基づく権利主張はできないと考えられる。ただし、仮想空間の画像が、仮想空間上の装置进行操作するための操作画像の意匠であれば、画像の意匠として登録できると考えられる。また、当該登録意匠と同一又は類似の画像が、仮想空間上の同様の装置で同様の操作をするために用いられた場合には、意匠権の効力が及ぶと考えられ、現実空間の同様の装置で同様の操作をするために用いられた場合であっても、意匠権の効力が及ぶ可能性があると考えられる。以上に関連し、ヒアリング調査においては、企業から、仮想空間のビジネスが進むことにより、デジタルコンテンツはより精細になっていくため、将来的には、意匠法による保護を求める法改正のニーズが高まるのではないかという指摘があった。他方で、意匠法によるデジタルコンテンツの保護を拡大することで、クリアランスの手間が増え、費用も増える等デメリットが大きいため、意匠法を改正する必要はないという意見もあった。また、仮想空間の操作画像における意匠権が現実空間に及び得るか、という質問に対して、現実空間にも及ぶという回答もあったが、現実空間の操作画像の機能と仮想空間の操作画像の機能は異なるという回答もあった。」

3. 米国

近年の米国の政府機関等の主な取組²を下表に示す。

図表 2-2 米国の政府機関等の主な取組

項番	出所	年月日	タイトル	概要
1	北浜国際特許事務所	2023 年 9 月 15 日	メタバース関連技術に関する米国意匠実務の現状	・メタバースの仮想製品に関する米国の意匠実務の現状。 ・米国意匠実務における製造物品要件に関わる米国特許法 171 条。 ・仮想製品などのデジタルデザインの意匠保護を取得するには、第 171 条に基づく「製造物品」の解釈を変更し、有形の要件を削除する必要がある。(参考文献として USPTO 関連の記事を掲載)
2	ジェトロ・ニューヨーク事務所	2023 年 5 月 31 日	米国の知的財産概況	USPTO (米国特許商標庁: United States Patent and Trademark Office) は、意匠の製造物品要件に関する意見募集の結果を公表。製造物品要件とは、米国特許法 171 条に規定されている要件。USPTO は、投影画像、ホログラム、仮想現実・拡張現実などは製造物品であるコンピューター画面等を必要としないことから保護対象としていないが、仮想現実・拡張現実のような技術に関して、意匠の保護対象を拡大することに賛成する意見が多数 (賛成 13 : 反対 6)。
3	外国知財法務コンサルティング	2022 年 4 月 22 日	【アメリカ】意匠特許の保護対象の物品の解釈拡大か	アメリカ特許商標庁 (USPTO) の長官のブログサイトに、2020 年 12 月に特許法上の意匠特許の保護対象 (35USC 171 条) の製造物品 (an article of manufacture) の対象を投影画像、ホログラム画像、仮想・拡張現実 (projections, holographic imagery, or virtual / augmented reality (PHVAR)) に拡大することについて意見募集を行い、その結果を報告書「Summary of public views on the article of manufacture requirement of 35 U.S.C. § 171」としてまとめ、4 月 21 日付公表。

² アクセス先(上から順)

1. <https://kitahamaip.com/practice/5900/>

2. <https://www.wipo.int/export/sites/www/about-wipo/ja/offices/japan/docs/wjo-webinar-20230531.pdf>

3. [https://kyk-](https://kyk-ip.com/2022/04/22/%E3%80%90%E3%82%A2%E3%83%A1%E3%83%AA%E3%82%AB%E3%80%91%E6%84%8F%E5%8C%A0%E7%89%B9%E8%A8%B1%E3%81%AE%E4%BF%9D%E8%AD%B7%E5%AF%BE%E8%B1%A1%E3%81%AE%E7%89%A9%E5%93%81%E3%81%AE%E8%A7%A3%E9%87%88%E6%8B%A1/)

[ip.com/2022/04/22/%E3%80%90%E3%82%A2%E3%83%A1%E3%83%AA%E3%82%AB%E3%80%91%E6%84%8F%E5%8C%A0%E7%89%B9%E8%A8%B1%E3%81%AE%E4%BF%9D%E8%AD%B7%E5%AF%BE%E8%B1%A1%E3%81%AE%E7%89%A9%E5%93%81%E3%81%AE%E8%A7%A3%E9%87%88%E6%8B%A1/](https://kyk-ip.com/2022/04/22/%E3%80%90%E3%82%A2%E3%83%A1%E3%83%AA%E3%82%AB%E3%80%91%E6%84%8F%E5%8C%A0%E7%89%B9%E8%A8%B1%E3%81%AE%E4%BF%9D%E8%AD%B7%E5%AF%BE%E8%B1%A1%E3%81%AE%E7%89%A9%E5%93%81%E3%81%AE%E8%A7%A3%E9%87%88%E6%8B%A1/)

4. <https://www.uspto.gov/sites/default/files/documents/USPTO-Articles-of-Manufacture-April2022.pdf>

5. <https://www.uspto.gov/ip-policy/industrial-design-policy/digital-and-new-technology-designs>

項番	出所	年月日	タイトル	概要
4	USPTO	不明	Summary of public views on the article of manufacture requirement of 35 U.S.C. § 171	第 171 条の製造品要件の現在の解釈を再評価する必要があるかについて USPTO が行った意見募集へのコメント。 ・ 投影、ホログラム、仮想現実と拡張現実のデザインは § 171 35 U.S.C. に基づいて保護されるという見解を支持するコメント。 ・ PHVAR (projections, holographic imagery, or virtual / augmented reality) の設計は § 171 35 U.S.C. に基づいて保護されるという見解に批判的なコメント。 ・ 特許保護の意匠適格性の基礎となるデバイスの動作に対する完全性又はユーザーとの対話性の程度。
5	USPTO (European Union Intellectual Property Office) のホームページ	掲載中	Digital and new technology designs	PHVAR などの意匠をより効果的に保護するために、現在改正を検討中。2020 年 12 月 21 日に USPTO は、米国法典における「製造品」要件の USPTO の解釈を、新技術や新興技術を含むデジタル設計を保護するために改訂すべきかどうかについて一般の意見を求める連邦官報を発行。回答をまとめた報告書が 2022 年 4 月に USPTO で発行。さらに、世界的所有権機関 (WIPO) 及び工業デザイン フォーラム (ID5) と協力して、これらの新しい技術や技術に対応するための取組を主導している。これに関し次の活動とレポートを実施。 ・ USPTO report: Summary of public views on the article of manufacture requirement of 35 U.S.C. § 171 (April 2022) ・ USPTO event: International forum on protection of industrial designs (February 2021) ・ ID5 project report: Study of practices on protection of new technological designs (November 2016) ・ WIPO report: Analysis of the returns to the questionnaire on graphical user interface (GUI), icon and typeface / type font designs (January 2017) ・ WIPO report: Summary of the main points emerging from the information session on graphical user interface (GUI), icon and typeface / type font designs (February 2018) ・ WIPO report: Analysis of the returns to the second questionnaire on graphical user interface (GUI), icon, and typeface / type font designs (March 2021)

この中では、「米国知財政策の概況 第 89 回米国 IPG セミナー」2022 年 12 月 20 日、ジェトロ・ニューヨーク事務所の P48、P49 に意匠に関連すると思われる記載がある。以下に参考のため引用する。

「メタバース・NFT 関連の知財動向

- NFT (Non-Fungible Token。非代替性トークン) に関する商標権侵害の訴え。(1 月、2 月)
 - Hermès 社が、同社の Birkin ハンドバッグを模した MetaBirkin と名付けられた NFT を販売したとして、デザイナーの Mason Rothschild 氏を商標権侵害で提訴。
 - Nike 社が、同社のスニーカーデザインを表示した NFT を販売したとして、スニーカー転売のオンライン市場を運営する StockX 社を商標権侵害で提訴。
- USPTO、意匠の製造物品要件に関する意見募集の結果を公表。(4 月)
 - 意見募集は 2020 年 12 月～2021 年 2 月に実施。
 - 製造物品要件とは、米国特許法 171 条に規定されている要件。USPTO は、投影画像、ホログラム、仮想現実・拡張現実などは製造物品であるコンピューター画面等を必要としないことから保護対象としていない。
- 仮想現実・拡張現実のような技術に関して、意匠の保護対象を拡大することに賛成する意見が多数 (賛成 13:反対 6)。
 - 賛成意見:USPTO の現行の解釈や審査基準は過度に制限的であり、もっと柔軟に運用すべき。日本等の他国では新しい技術分野を保護する動きがあることから国際協調を求める。
 - 反対意見:判例法と不整合。先行技術文献が不足。著作権や商標権により保護可能。
- Vidal 長官は、関連する審査基準・法令・審査便覧の見直しを開始するとした。
- Leahy 議員と Tillis 議員、NFT と知財に関して USPTO と著作権局で共同調査を実施することを要請。(6 月)
 - 調査項目は、NFT に関して生じ得る知財の問題、NFT の譲渡がその NFT に関連する知財権にどのように影響するか、ライセンスや侵害がどのように機能するか、NFT の創作者はどのような知財権を有するかなど。
 - 調査は 2023 年 6 月 9 日までに完了。
- USPTO と著作権局、意見募集の実施と一般討論会の開催を公表。(11 月)
 - 意見募集は 2023 年 1 月 9 日まで実施。
 - 一般討論会は 2023 年 1 月中に 3 回開催。」

4. 欧州

近年の欧州地域の管轄組織の主な取組³を下表に示す。

図表 2-3 欧州地域の管轄組織の主な取組

項番	出所	年月日	タイトル	概要
1	先読	2023 年 5 月 8 日	EU メタバースなど仮想世界に関するビジョンを策定する通達策定へ始動	2023 年 04 月 05 日、欧州委員会は、メタバースなど仮想世界に関するビジョンを策定する通達の策定へ向けて、意見募集を開始した。デジタル上の権利や、法令、価値などの側面を踏まえ、取組の方向性となる通達を設けるとしている。
2	欧州連合知的財産庁 (EUIPO)	2023 年 3 月 1 日	仮想空間における商品・役務の表示及び分類についてのガイドライン (Trade mark guidelines)	ダウンロード可能な商品とは、特に出版物、音楽、着信音、絵、写真、映画、又はデジタル化された情報全般を指す。仮想又はダウンロード可能な商品に関連するサービス、及びオンライン又は仮想環境で提供されるサービスは、現実の社会への影響を考慮して、サービスの根本的な性質に注目する確立された分類原則に従って分類される。
3	内閣府知的財産戦略本部	2023 年 1 月 30 日	メタバースをめぐる欧州の動向 (欧州委員会による発信)	フォン・デア・ライエン欧州委員会委員長がデジタル市場法 (DMA) 及びデジタルサービス法 (DSA) の着実な執行を謳うとともに、これと併せ、「メタバースなどのデジタル空間の新しい機会とトレンドを継続的に見ていく」ことを表明。

³ アクセス先(上から順)

1. <https://sakiyomi.co.jp/articles/eu-20230405-starting-to-establish-a-vision-for-virtual-worlds-including-the-metaverse-legal-issues-are-being-considered-in-japan-as-well/>

2. <https://guidelines.euipo.europa.eu/2058843/2065747/trade-mark-guidelines/6-25-downloadable-goods-and-virtual-goods>

3. https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/kanmin_renkei/dai3bunkakai/dai2/siryous3.pdf

4. <https://www.ngb.co.jp/resource/column/4181/>

5. <https://tmfesta.com/2022/08/eu%EF%BC%9A%E4%BB%AE%E6%83%B3%E5%95%86%E5%93%81%E3%80%81%E3%81%AB%E9%96%A2%E3%81%99%E3%82%8B%E3%81%AE%E3%82%AC%E3%82%A4%E3%83%89%E3%83%A9%E3%82%A4%E3%83%B3%E3%80%81%E4%BB%AE%E6%83%B3%E5%95%86/>

6. <https://trademark.jp/ip/detail/1989>

7. <https://www.ngb.co.jp/resource/news/4091/>

項番	出所	年月日	タイトル	概要
4	NGB 株式会社	2022 年 10 月 5 日	【特許・意匠コラム】 2022 年意匠五庁フォーラム中間会合、スペインのアリカンテで開催～仮想空間内における意匠～	EUIPO（欧州連合知的財産庁）の主催により 2022 年 6 月 20 日から 22 日にかけて意匠五庁（ID5）中間会合がスペインのアリカンテで開催。 意匠五庁とは、日本国特許庁、米国特許商標庁、欧州連合知的財産庁、中国国家知識産権局、韓国特許庁で年 2 回開催。 今回の中間会合では、ブロックチェーン技術や人工知能、ビッグデータ、データ・デザイン、NFT（非代替性トークン）、メタバースなどを含む新しいテクノロジーに関する情報交換がなされ、電子学習、意匠評価、意匠標識登録、メタバースの中の意匠保護を含む新しい協力プロジェクトについて議論。 欧州共同体では、出願時に記載する、出願意匠を適用する予定の製品に関する情報は意匠権の保護範囲に影響を与えないことが意匠理事会規則に明記されている。つまり、欧州共同体における登録意匠は、登録意匠の外観と同一・類似の全ての製品に対して権利が及ぶと考えられ、例えば特定の物品に関する欧州意匠登録であっても、仮想空間内の物品に対して権利が及ぶ可能性があると考えられる。
5	TM festa	2022 年 8 月 29 日	EU：仮想商品、NFT に関する EUIPO のガイドライン、仮想商品は 9 類	EUIPO（欧州連合知的財産庁）は、仮想商品、NFT（Non-Fungible Token、非代替性トークン）に関する用語を含む商標出願急激に増加していることを受け、仮想商品や NFT の分類に関するガイドランスを発表。
6	Mark-i	2022 年 8 月 23 日	EUIPO：NFT および仮想商品に関する指針を更新	仮想商品・NFT に関連する表記を含む商標出願の急増を受け、欧州連合知的財産庁（EUIPO）はそれらの分類方法についての指針を発表した。この分類方法については 2023 年のガイドライン案（欧州連合の商標制度利用者にとって主要な参考資料）にも記されている。
7	NGB 株式会社	2022 年 7 月 22 日	【商標ニュース】メタバースでの商標保護 韓国、欧州連合で指針	EUIPO は、2023 年のガイドライン発表に向け、準備を進めている。その一環で、2022 年 6 月 23 日に、仮想商品（virtual goods）並びに NFTs（非代替性トークン＝Non Fungible Tokens）に関する商標出願における指定商品の記載方法について指針を発表した。 仮想商品は、デジタルコンテンツ又はイメージとして取り扱われるため国際分類 9 類に属すべきであるとし、韓国と同様の考えである。 UIPO の指針については、今年 10 月 3 日までに関係者からの意見、コメントが寄せられ、更に検討される見込みである。

この中では、「Intellectual Property in the Metaverse. Episode IV: Copyright : メタバースを駆動／実行するコンピュータープログラム全般及びメタバースで作成された作品に対する著作権保護⁴」2022年6月30日、EUIPO（欧州連合知的財産庁）に意匠に関連する記載がある。内容の訳文は下記である。

「これまでのエピソードで見られたように、メタバースは、ユーザーがアバターを通じて対話し、さまざまなアクティビティを実行できる並行仮想世界として理解できる。この意味で、メタバース内では、ユーザーは**オリジナルのコンテンツを作成したり、著作権で保護されやすいコンテンツを共有したり**できる。

この時点で、著作権保護は、メタバースを駆動／実行するコンピュータープログラム、つまりコンピュータープログラム全般に対して発生する可能性があることを念頭に置くことが重要。また、メタバースで作成された作品に対しても著作権保護が発生する可能性がある。そこで行われている可能性のある侵害と戦うために呼び出される。

コンピュータープログラム（ソフトウェア）

著作権によるコンピュータープログラム又はソフトウェアの保護は、特に WIPO 著作権条約（ベルヌ条約に基づく特別協定）、欧州レベルでは欧州議会及び欧州連合の指令 2009/24/EC、及びコンピュータープログラムの法的保護に関する 2009 年 4 月 23 日の評議会で予見されている。

これらの仮想現実世界を作成し、実装するには、間違いなくコンピュータープログラムが必要。この目的のために設計された特定のソフトウェアやアプリがあり、これらのコンピュータープログラム（より正確にはソースコード）は著作権法によって保護されることは明らか。

これらのコンピュータープログラムがメタバースを形成／実行するように設計されているという事実に関係なく、通常のコンピュータープログラムと同じルールが適用されるという意味で、観察すべき追加の特殊性はない。

メタバース内の創作物

上記のコンピュータープログラム／ソフトウェアを使用して仮想世界を設計することにより、メタバースを構成するさまざまな要素が作成される。たとえば、建物、市場、さらにはアバターなど。ただし、これらの創作物に与えられる保護は、ソフトウェアに与えられる著作権保護とは異なる場合がある。これは、これらの作品はグラフィカルユーザーインターフェイスとしてみなされるためである。**ECJ** の判決の中で、裁判所は、これらの創作物はコンピュータープログラムとはみなせないが、そのインターフェースが著作者自身の知的創作物である限り、美術の著作物とみなされ、したがって著作権で保護される可能性がある」と述べた。

⁴ https://intellectual-property-helpdesk.ec.europa.eu/news-events/news/intellectual-property-metaverse-episode-iv-copyright-2022-06-30_en

この段階で、メタバースの要素の所有権に関する未解決の疑問の1つが生じる。コンピュータープログラムを使用して作成された機能に関しては、ソフトウェアの所有権は創作的な要素の所有権を意味しない。前回の記事「メタバースにおける知的財産」で述べたように。エピソード I」では、メタバースにはいくつかのカテゴリーがある。以下の点を区別できる。

- ・オープンメタバース：ユーザーが新しい機能を作成できる場所。そういう意味では、そのメタバースの開発を担当する会社が基盤を作って、そこにユーザーが新たな要素を生み出すためのソフトウェアを組み込んでいく。このような場合、利用規約では、ユーザーが作成した要素について、メタバース所有者に有利な強制ライセンスが予見される場合がある。
- ・閉じたメタバース：ユーザーは追加の要素を作成できない場所。このような場合、所有権はメタバースの会社所有者に相当する。

著作権で保護されたマテリアルの侵害

したがって、メタバースでは、外部から発信された作品と内部から発信された作品に関して、知的財産権の侵害に直面する可能性がある。

前に見たように、メタバース内では新しいオリジナル作品が作成されている。これらの作品は著作権で保護されている可能性があるため、第三者がこのオンラインコンテンツを同意なしに複製又は共有すると、著作権侵害となる可能性がある。

第三者がメタバースの外で生成された作品、つまり絵画や写真などの現実世界の作品を紹介し、著作権所有者の許可なしに（又は著作権例外の恩恵を受けずに）それらをメタバース内で共有した場合にも、同じことが起こる可能性がある。

侵害行為があった場合には、強制執行の措置を講じることが可能。ただし、ブロックチェーンではプライバシーが保護されるため、著作権者は、侵害者の本当の身元を特定する場合など、いくつかの困難に直面する可能性がある。あるいは、ユーザーが侵害を行った場合にメタバースプラットフォームの責任を免除する利用規約をユーザーが受け入れることさえある。

メタバースで発生している侵害事件の大部分は、非代替トークン（NFT）に関連している。

NFT

NFT（Non-Fungible Token）は、ブロックチェーン技術を活用した新しいデジタル資産として定義され、すべてのトランザクションが記録される。言い換えれば、NFTはソフトウェアコードであり、基本的には NFT メタデータに関連付けられたスマートコントラクトであり、ブロックチェーン上で取引できる。

商標侵害と著作権侵害

エピソード II：商標（前回のメタバース IP 記事）。NFT が既存の商標を侵害する関連する事例をいくつか検討した。しかし、著作権についてはどうなるのか？ NFT

は著作権法で保護できるか？ これらを使用すると、誰かが**著作権侵害**の責任を問われる可能性があるか？

メタバースと同様に、NFT はまったく新しいテクノロジーであり、より正確には、NFT への著作権の適用性やデジタルコピーの所有権に関して、いくつかの疑問が残されている。一般的には、前述したように、NFT はトークン（ブロックチェーンに登録された、真正性と所有権のデジタル証明書のように機能するメタデータファイル）が関連付けられているデジタル資産（仮想絵画、写真、不動産、又はアバターが使用できるハンドバッグなどのアイテム）。

NFT は販売やオークションを通じて販売又はライセンス供与することができ、たとえば Nike 対 StockX のケースのように、デジタル資産だけでなく非デジタル資産も含まれる。

著作権の側から見ると、オリジナルのデジタル作品を保護し、著作者に著作物をコピーしたり配布したりする権利などの独占的な権利を与える。したがって、NFT として販売される特定の芸術作品は、確立された要件（例えば、独創性と創造性）を満たしている場合、著作権によって保護される資格がある。それにもかかわらず、これは混乱を引き起こす重要な問題の 1 つであるため、購入者が NFT を購入する際に実際に何を取得しているのかを理解することが重要である。

NFT で購入するものは、（美術の）著作物と著作権 or トークンの所有権

場合によっては、NFT を購入すると、ユーザーは（美術の）**著作物と著作権を含むトークン（メタデータファイル）に対する所有権**を取得することになる。これは、販売者から購入者へ著作権が移転することを意味する。

他のケースでは、NFT はデジタル作品とトークンの組み合わせであるため、購入者は美術の著作物そのものではなく、トークン、つまりソフトウェアコード（前述の「**真正性証明書**」）の**所有権**を取得する。これは一般的に NFT の場合に当てはまる。ここでこれに相当するのは、本の署名入りコピー又はオリジナル版（お気に入りの小説の初版など）を購入することである。ここで購入するものは特定の貴重なコピー（署名入り、古いものなど）であり、著作物の所有権ではない。

したがって、そのような場合には著作権の譲渡は行われないが、通常はブロックチェーンに保存されるスマートコントラクトに含めることができるライセンス契約が当事者間で存在する可能性がある。Opensea のようなプラットフォームでは、NFT の作成者が購入者にデジタル資産を使用又は複製するためのライセンスを付与する。しかし、美術的要素に対する所有権の移転はない。

次の例は、既存の規制があいまいで具体的な解決策を提供していないため、NFT の世界を取り巻く法的不確実性を示す。

イーサリアムブロックチェーンに基づいた漫画の猿をフィーチャーした NFT のコレクションである「**Bored Ape Yacht Club**」（BAYC）についてである。BAYC の利用規約には、購入者が NFT と「基礎となる Bored Ape、アートを完全に」所有すると具体的に記載されている。しかし、その直後に次の段落で、同社は「購入したアートと、作成又は使用することを選択した拡張機能を、以下の目的にのみ使用、複製、

及び表示するための世界規模のロイヤリティフリーのライセンスを付与する…」と述べているため、この記述は曖昧である可能性がある。

最近起きたもう一つの事件は、映画プロデューサーのミラマックスが、『パルプ・フィクション』の脚本の一部シーンをオークションに出したとしてクエンティン・タランティーノを訴えた時だった。監督は、映画に対するいくつかの留保された権利(例: 印刷出版(該当する場合、オーディオ及び電子形式での脚本出版、本、漫画、ノベライゼーションの「製作」などを含む)、インタラクティブメディア、劇場及びテレビの続編及びリメイクの権利、及びテレビシリーズ及びスピンオフの権利)を保持していると主張した。

このため、監督は、「印刷出版」条項により、手書きのスク립トから NFT をスキャンして作成することができると考えたが、彼によれば、いずれにしてもミラマックスとの契約前に作成されたものである。裁判はまだ進行中であり、裁判所がすぐにこの件について手掛かりを与えることを期待している。

実際、NFT に関連した中国での最近の著作権侵害訴訟では、裁判所は NFT と著作権、及び NFT プラットフォームの義務に関する判決を下した。原告は、後に NFT プラットフォーム(被告)にライセンス供与されたデジタル芸術作品で構成される NFT を作成した。同様の NFT がプラットフォームの別のユーザーによって作成され、商品化が開始された。裁判所は、**契約で想定されていない限り、デジタル作品の譲渡又はライセンスはそれに固有の知的財産の譲渡を意味しない**との判決を下した。裁判所は、NFT プラットフォームにはアップロードされた NFT の著作権を確認するためのメカニズムを適応させる義務があると判示した。さらに、NFT プラットフォームには、争点となっている NFT の拡散を防ぐための適切な削除メカニズムが必要です。これは著作権問題と NFT に関する中国初の判決だが、確かにこれは始まりに過ぎない。

要約すると、たとえあなたの意図が NFT を売買することであっても、NFT の所有権は基礎となる作品に対する著作権ではない可能性があることを理解することが重要である。言い換えれば、**NFT を取得した場合、メタデータ／ソフトウェアコードを所有することになるが、必ずしも作品に対する著作権を所有するわけではない**。これは契約書に具体的に規定する必要がある。このため、各メタバースプラットフォームの特定の利用規約を注意深く確認し、付与される権利に関して明確かつ正確であることを確認することが重要である。」

5. 中国

近年の中国の政府機関等の主な取組⁵を下表に示す。

図表 2-4 中国の政府機関等の主な取組

項番	出所	年月日	タイトル	概要
1	KyK-ip	2023 年 9 月 26 日	【中国】「主要デジタル技術特許分類体系（2023）」公示（9 月 25 日）	デジタル経済における主要なコア技術の研究を支援し、デジタル技術成果の転化を促進するため、国家知識産権局（CNIPA）弁公室は、9 月 25 日、地方政府の知識産権局や関連団体に、「主要デジタル技術特許分類体系（关键数字技术专利分类体系）（2023 年）」を通知 デジタル技術分野として新興デジタル産業と最先端の技術分野を対象とし、人工知能、ハイエンドチップ（高端芯片）、量子情報（量子信息）、モノのインターネット（物联网）、ブロックチェーン（区块链、）、工業インターネット（工业互联网）、メタバース（元宇宙）など、主要な 7 技術に焦点を当て、全体で 23 カテゴリー、585 サブグループに分類し、それぞれに適宜 IPC やキーワードを割当てている。
2	国家知識産権局	2023 年 9 月 25 日	主要デジタル技術特許分類体系（2023 年版）	上記の通り

⁵ アクセス先

1. [https://kyk-](https://kyk-ip.com/category/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E3%80%80%E7%89%B9%E8%A8%B1%E3%83%BB%E5%AE%9F%E6%A1%88%E3%83%BB%E6%84%8F%E5%8C%A0/)

[ip.com/category/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E3%80%80%E7%89%B9%E8%A8%B1%E3%83%BB%E5%AE%9F%E6%A1%88%E3%83%BB%E6%84%8F%E5%8C%A0/](https://kyk-ip.com/category/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E3%80%80%E7%89%B9%E8%A8%B1%E3%83%BB%E5%AE%9F%E6%A1%88%E3%83%BB%E6%84%8F%E5%8C%A0/)

原文： https://www.cnipa.gov.cn/art/2023/9/25/art_75_187769.html

2. https://www.cnipa.gov.cn/art/2023/9/25/art_75_187769.html

3. <https://www.jetro.go.jp/biznews/2023/06/b32faa3e36210bf6.html>

4. https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/ipnews/archive/509.pdf

5. https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2023/72218cac73449251/metaverse.pdf

6. <https://www.shanghai.gov.cn/202214bgtwj/20220720/90aa73b046464b9c8799ef2339026d7d.html>

7. <https://www.asamura.jp/blog/2022/12/15/understanding-and-applying-standards-for-determining-trademark-infringement-no-2/>

8. <https://trademark.jp/ip/detail/2033>

9. <https://www.tmi.gr.jp/eyes/event/2022/14000.html>

10. https://www.wipo.int/edocs/mdocs/mdocs/ja/wipo_webinar_wjo_2022_8/wipo_webinar_wjo_2022_8_ww_573991.pdf

11. <https://www.globalipdb.inpit.go.jp/application/21979/>

記事本文： <https://www.globalipdb.inpit.go.jp/jpowp/wp-content/uploads/2021/12/902c51e5fc7a09b458a42bc9613f04ed.pdf>

12. https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/pdf/manual_202103_rev.pdf

14. https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/section/20200615.pdf

原文： http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2020-06/17/content_5520001.htm

14. https://www.bizlawjapan.com/wp-content/uploads/china_shouhyoushingaihandankijun_01.pdf

項番	出所	年月日	タイトル	概要
3	大連市工業情報化局	2023 年 6 月 27 日	大連市産業用メタバースのイノベーション創出 3 カ年行動計画（2023～2025 年）	行動計画は、今後 3 年間で既存の産業用メタバース事業の基盤を固め、産業エコロジーの強化や産業チェーンの近代化などを推進し、次世代情報技術と実体経済の融合により、大連市経済の活性化を図ることを目的とする。
4	CHINA IP Newsletter	2023 年 3 月 13 日	JETRO 北京事務所 知的財産権部 知財ニュース	1. 本記事は、2 月 24 日に国家知識産権局（CNIPA）が発表した「知的財産権保護支援ガイドライン」の概要について紹介するものとなる。 ○【香港発中国創新 IP 情報】 CNIPA、知的財産権の保護支援に関するガイドラインを発表。
5	ジェトロ上海事務所	2023 年 3 月 1 日	中国のメタバース市場におけるプラットフォーム動向調査	1. 中国のメタバース／プラットフォーム概況 2. 中国のプラットフォームによる NFT の取組 3. 中国のプラットフォームによるメタバースへの取組 4. メタバースに関する法規 4-1. メタバースに関連する規制 4-2. メタバースに関連する方針と規定① 4-3. メタバースに関連する方針と規定② 4-4. メタバースに関連する計画例（関連のウェブページの URL を記載）
6	上海市人民政府	2022 年	新しい「Yuanverse」路線を開拓するための上海の行動計画	「メタバース」を如何に発展させるかの記述のほかに、『メタバース分野における法の支配の構築を強化し、デジタル依存症、コンテンツセキュリティ、個人プライバシーなどの側面における関連法規制の研究を促進する。』と記載。
7	浅村特許事務所	2022 年 12 月 15 日	中国 「商標権侵害判断基準」の理解及び適用 II	「第 21 条（6）その他の要素」で、デザインに関し、 『商標の識別力とは、その独自性、区別性、認識可能性を指します。商標の識別力の強さは、この 3 つの要素に影響される。 1 つ目は、商標標識の独自性です。文字商標である場合、造語は固有語より識別力が強くなる。例えば、「万里の長城」という言葉よりも、ファーウェイという言葉の方が商標としての識別力がある。図形商標の場合、客観的に存在する物の図形より、架空の図形のほうが識別力として強くなる。例えば、架空の宇宙人のデザインは、客観的に存在する動物のデザインよりも商標として強い識別力を有する。』と記述。

項番	出所	年月日	タイトル	概要
8	Mark-i	2022 年 12 月 13 日	中国：「『商標権侵害の判断基準』に対する理解と適用」を発表	第 21 条において標識の独自性に関し次のことを記載。 『図形商標の場合、実在するもののデザインよりも、架空のもののデザインの方が、識別力が高い。例えば、架空の宇宙人は、実在する動物用よりも、識別力が高い。』
9	日本貿易振興機構北京事務所、中華全国専利代理師協会	2022 年 11 月 10 日	第 13 回日中意匠制度シンポジウム	「中国出願人が日本へ意匠を出願する場合の出願実務～ハーグ条約への加盟を踏まえて～」
10	ジェトロ北京事務所、香港事務所	2022 年 5 月 1 日	中国における最新知財概況	下記を記述。 1. 中国の経済政策における知財の位置づけ 2. 最新の重要政策文書からみる現状と方向性 (1) 課題と政策の対応関係 (2) 新たな数値目標 (3) 課題別にみる政策動向 「デザイン」「メタバース」「3D データ」「アバター」「アイテム」に関する記述はない。
11	新興国等知財情報データベース	2022 年 1 月 27 日	中国における商標権侵害判断基準の解説	2019 年 12 月 18 日、中華人民共和国国家知識産権局は、『商標権侵害判断基準』（以下「基準」という）の意見募集稿を公表し、2020 年 6 月 15 日、正式公布し同日から施行した。基準は、全 38 条から構成され、商標の使用、同一又は類似商品又は役務の判断、同一又は類似商標の判断、需要者の混同、販売者の法的責任の免除、商標権者の抗弁などの内容について細かく規定している。本稿では、基準の一部の内容について説明。
12	ジェトロ北京事務所知的財産権部	2021 年 3 月 1 日	中国模倣対策マニュアル	意匠権について、「製品の全体又は部分の形状、模様又はそれらの組合せ、及び色彩と形状、模様の組合せにより創作され、美感に富み、工業的応用に適した新デザインを保護する。」と記載。「メタバース」「3D データ」「アバター」「アイテム」に関する記述はない。
13	国家知識産権局	2020 年 6 月 17 日	『商標権侵害の判断基準』の印刷配布に関する国家知識産権局の通知	「商標権侵害の判断基準」の第一条～第三十八 原文の出所は下記 出所：中華人民共和国中央人民政府網
14	BLJ 法律事務所	2020 年 6 月 15 日	国家知的財産権局による「商標権侵害判断基準」の公布	「商標権侵害判断基準」は、『「商標法執行の指導業務を強化し、法執行の基準を統一し、法執行レベルを向上させ、商標専用権の保護を強化するため」に公布された（本基準 1 条）』と記載している。本稿の最後に、本基準の日本語訳を掲載している。

この中では、「商標権侵害の判定基準⁶」の印刷と配布に関する国家知識産権局の通知 Guo Zhi Fa Bao Zi [2020] No. 23 に意匠に関連すると思われる記載がある。
翻訳内容は下記である。

「ネットメディアも表現形式の 1 つ

第 6 条 広告、展示会、その他の商業活動で使用される商標の具体的な**表現形式**には、次のものが含まれるが、これらに限定されない。

(3)商標は、ウェブサイト、インスタントメッセージ、ソーシャルネットワーキングプラットフォーム、アプリケーション、及びその他のキャリアで使用されている。

商標の使用の可否の判断には使用者の主観的な意図を含む。

第 7 条 商標の使用の可否の判断は、使用者の主観的な意図、使用態様、公表方法、業界慣行、消費者の認知等を総合的に勘案して行う。

類似商品の要件：機能・用途も含む

第 10 条 類似商品とは、機能、用途、主原料、生産部門、消費者対象、販売経路等において一定の共通性を有する商品をいう。

類似サービスとは、サービスの目的、内容、方法、提供者、目的、場所などにおいて一定の共通性を有するサービスをいう。

色彩を明示しない登録商標の扱い

第 24 条 色彩を明示しない登録商標は、その色彩に自由に付することができるが、便乗目的で色彩を付し、同一又は類似の商品又は役務について他人の登録商標と類似し、混同を生じさせるおそれがある場合には、商標法第 57 条第 2 項に規定する商標権侵害となる。」

6. 韓国

近年の韓国の政府機関等の主な取組⁷を下表に示す。

図表 2-5 韓国の政府機関等の主な取組

項番	出所	年月日	タイトル	概要
1	韓国特許庁	2023 年 6 月 14 日	ID5 の中間会合、 済州で開催	人工知能等新技術の活用現況やメタバースのデザイン保護など、デザイン分野の主要懸案を話し合う。

⁶ 本文： https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2020-06/17/content_5520001.htm

⁷ アクセス先(上から順)

1. <https://www.jetro.go.jp/world/asia/kr/ip/ipnews/2023/230614.html>

2. <https://www.jetro.go.jp/world/asia/kr/ip/ipnews/2023/230516.html>

3. <https://www.jetro.go.jp/world/asia/kr/ip/ipnews/2023/230206.html>

4. https://www.ipaj.org/bunkakai/chizaiseido_hanrei/event/kenkyukai_20221205.html

5. https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2022/647f01df2bd4f4c2/202209.pdf

6. <https://www.jetro.go.jp/world/asia/kr/ip/ipnews/2022/220517.html>

7. https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/kr/ip/ipnews/archive/ipn2201-455.pdf

8. <https://www.jetro.go.jp/world/asia/kr/ip/ipnews/2021/211021.html>

9. https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/kr/ip/gov/movement/20220318.pdf

項番	出所	年月日	タイトル	概要
2	韓国特許庁	2023 年 5 月 16 日	知的財産ニュース 韓国特許庁、新規 協力課題として 「仮想空間における 商標」を提案	今回の会合には五庁と世界知的所有権 機関（WIPO）が参加し、商標侵害に対 する意識向上案、悪意の出願の防止案 等 15 の協力課題の進行状況を確認し、 新規協力課題に対する各国の意見を共 有した。特に、韓国特許庁は、「メタ バース」関連商標出願の増加ぶりを踏 まえ、「メタバースにおける商標に関 する研究」を新規協力課題として提案 した。
3	韓国特許庁	2023 年 2 月 6 日	知的財産ニュース 「メタバース」の特 許出願、韓国世界 3 位	出願人の国籍別には、この 10 年間 (2011～2020) 米国 (35.9%、17,293 件)、中国 (29.7%、14,291 件)、韓国 (16.2%、7,808 件) の順で多く、特に中 国の出願増加率（年平均 42.5%）が目立 った。
4	一般社団法人日本知財 学会	2022 年 12 月 5 日	第 69 回研究会「韓 国におけるメタバ ースと商標」	韓国では、メタバースに関する法制度 の整備にも余念がありません。今回テ ーマとなる商標の分野においても、世 界に先駆けた先進的な取組がされてお り、メタバース上で取引される「仮想 商品」等の審査基準上の取り扱いにつ いて早くも特許庁の方針が示される 等、注目を集めている。
5	ジェトロ・ デジタルマ ーケティング 課	2022 年 9 月	韓国政府発表資料 「メタバース新産業 先導戦略」（2022 年 1 月 20 日発表） 日本語訳（仮訳）	[戦略 1] 世界的なメタバースプラット フォームの構築にチャレンジ 1-1. メタバースプラットフォームエコ システムの活性化 1-2. メタバースプラットフォームの成 長基盤の確立 (2) デジタル創作物の安全な生産・流通 を支援する *公募を通じて複数の NFT 企業を選定、 個人・団体又は地域単位でバウチャー を配分、NFT を通じた創作者の権利の保 護と正当な収益創出を保障するため、 生成・流通・精算までの全過程を支援 する。（22 年～）
6	韓国特許庁	2022 年 5 月 17 日	メタバース分野の デザインを保護す るために現場の意 見を聴く！	韓国特許庁、メタバースデザイン専門 家協議体を開いて制度改善を議論
7	JETRO ソウル 事務所 知 的財産チー ム	2022 年 2 月 7 日	韓国知的財産ニュ ース 2022 年 1 月後 期	1-1 デザイン保護法施行規則の一部改 正令案の立法予告（特許庁公告第 2022-20 号） 1-3 知識財産基本法の一部改正法律案 （議案番号：2114593）
8	韓国特許庁	2021 年 10 月 21 日	デザイン保護法、 これからはデジタル だ	デザイン保護法制定 60 周年、メタバ ース記念イベント開催

項番	出所	年月日	タイトル	概要
9	国家知識財産委員会	2020 年 Annual Report	知的財産保護政策 執行年次報告書	韓国政府は昨年も知的財産関連法律の制定・改正、知的財産法の執行及び紛争解決支援などで知的財産保護体系の強化を図りました。「知的財産保護政策執行年次報告書」は韓国政府の努力を振り返るために、関連統計資料をまとめて客観的に保護政策と執行の状況を確認した。

この中では、「デジタル変換時代の知的財産：メタバースを中心に（2021 年 12 月 31 日）韓国知的財産研究院⁸が最もまとめた資料となっており、その内容のポイントを要約して下記に示す。

図表 2-6 「デジタル変革時代の知的財産：メタバースを中心に」の主な内容

分類	項目	概要	引用
メタバースの経済活動と韓国国内の取組み	メタバースと経済活動	初期のメタバースがゲームと生活、コミュニケーションが別々の独立したサービスで提供され、サービスプロバイダが提供する範囲内でサービスを利用したが、現在のメタバースはゲームと生活、コミュニケーションが一つの空間に融合され、利用者自らクリエイターとなって生産と消費が可能になるなど、プラットフォームの自由度が高まっている。メタバースを単にゲーム産業として見るよりは、社会、経済、文化活動が可能な新しい知識社会基盤として認識の転換が行われている。	第 5 章 Ⅱ-1
	メタバースの利用形態	・公演・文化分野では、有名歌手たちはメタバースプラットフォームを活用して新曲の振り付けを公開したり、公演を広げたりするなど新しい文化形態を創出している。 ・旅行・観光分野では自宅でもまるで一人称視点で観光するように没入感を高めるコンテンツが提供されている。 ・ファッション分野ではメタバースを通じて新製品を公開する事例が増えており、メタバース内で実物のようなアイテムを作って販売している。 ・メタバースは業務（Work）プラットフォームにも拡大し、他の利用者と会話をしたり、仮想会議室に文書を配置して活用したりするなど、オフラインの勤務環境を仮想的に実装するメタバースが出現している。 ・2003 年に発売された「セカンドライフ」では、現実の経済と緊密につながった仮想経済を具現して、新しいパラダイムを創造できる可能性を示した。例えば、トヨタ、BMW、Mercedes-Benz などはセカンドライフに参入し、仮想空間でカスタマイズされた自動車を製作・販売した。サムスン電子は携帯電話の細部を 3D で示あい、製品の信頼性を広報した。	第 5 章 Ⅱ-1

⁸ https://www.kipo.go.kr/skin/doc.html?fn=20220518102431_1&rs=/upload/preview/

分類	項目	概要	引用
	法制度に向けた韓国国内の取り組み	グローバル IT 企業はメタバースを次世代コアプラットフォームとして報告技術開発及びプラットフォーム先取りに注力している。韓国国内でも 2021 年 5 月、ネイバー、現代自動車、SK テレコム、KT、LG ユープラス、KBS、MBC、SBS、EBS、MBN、カカオエンターテインメント、CJ ENM、ロッテワールドなどの参加のもと、メタバースアライアンスが発足した。アライアンスはメタバース市場の倫理的、文化的問題の検討及び法制度の整備を推進し、メタバースプラットフォームを発掘・企画するプロジェクトを推進することにした。	第 5 章 II-1
メタバースと知的財産	メタバースの知的財産の活用	知的財産権を保有した事業者は仮想現実が融合するメタバースを通じて保有知的財産権の活用性を高め、これにより新たな顧客発掘、ブランド価値・売上向上を試みている。メタバース利用者は、特定の知的財産ベースのバッグ、衣装、靴などを購入し、自分のアバターに着用して使用し、メタバースプラットフォーム事業者は、利用者に多様で差別化されたユーザー体験を提供するという点で、利用者、知的財産権者、プラットフォーム事業者は相互の利益を実現している。	第 5 章 II-2
	メタバースの著作権保護と課題	メタバースの本質はコンピュータープログラムで、仮想空間のアバター、衣装、靴、家具、建物などの根本はコンピュータープログラムであり、仮想空間の創作物はコンピュータープログラムやその他の視覚的美術作品のように著作権法で保護を受けることができる。最近のメタバースは技術的な発展とメタバースに対するパラダイムの変化で初期のメタバースとは異なる自由度と経済活動が可能になったという点で、新たな観点から議論が必要となっている。	第 5 章 III 小括
	経済活動と法制度	知的財産関連法律の中で商標法とデザイン保護法、不正競争防止法は経済活動と密接な法律である。したがって、商標法、デザイン保護法、不正競争防止法などの知的財産関連法律のうち、経済活動と関連の高い法律を中心に、仮想空間の経済活動が知的財産制度に及ぼす影響に対して先制的に問題を発掘し、これに対する争点を検討してみる必要がある。	第 5 章 III 小括
メタバースの概念と種類	メタバースの浮上	現実と仮想の融合世界を意味するメタバースは今後の時代を導く核心技術の一つで、5G、XR など IT 技術の急激な発展に伴い浮上した概念である。	第 6 章 I-1
	メタバースとは	メタバースは仮想と超越を意味する meta と宇宙と世界を意味する universe という言葉の合成語で、現実と非現実が共存する仮想世界である。メタバースプラットフォームを活用する利用者（ユーザー）はすべて開発者で、メタバースはユーザーがコンテンツを制作し、同時に消費する事業モデルが本質である。	第 6 章 I-2
	メタバースの種類	メタバースは次の 5 種類に分けられる。 ・現実世界をそのまま複製して具現する「鏡世界 (mirror)」 ・スマートフォンや SNS などを活用して個人の日常を記録又は保存する「ライフログギング (lifelogging)」 。例として Facebook のホライズンがある。 ・「メタバースゲーム」。但し、メタバースプラットフォームとして実装されている完全なメタバースではない。 ・三次元仮想空間の中で移動や物事の動作などを制御することができる「仮想現実 (VR)」 ・実際の環境に仮想の物や情報を合成して元のもののように見せる「拡張現実 (AR)」	第 6 章 I-2

分類	項目	概要	引用
メタバースの活用	メタバースの活用例	メタバースは次の分野で多く活用されている。 ・ゲーム：XR 技術を基盤として発展したメタバースソフトウェア技術を活用。代表的なゲームとして「ロブロックス」がある。 ・エンターテインメント：メタバースの中で新曲を発表したり、コンサートやファンサインなどファンと交流したりしている事例がある。	第 6 章 I-3
メタバース創作物の法的性質と権利	メタバースの法的性質	メタバースの創作物は、「物」に該当するか、「ゲームのアイテム」のようなものかなど、法的に何なのかについての検討が優先されるべきである。 ・メタバースの創作物は民法で定義する流体物でもなく管理可能な無体物でもないため、民法上の「物」として認められにくい。 ・メタバースをゲームのアイテムとみなすと、ゲーム物に適用される制限と規制（年齢別制限など）がメタバースにも適用され、利用者のアクセスがかなり制限されるなどの問題が発生する可能性が高い。	第 6 章 II-1
	メタバース創作物の権利の帰属	メタバースプラットフォームを活用する利用者はすべて開発者であるため、彼らをプロシューマー（prosumer = producer + consumer）と呼ぶ。プロシューマーが創作した創作物の権利帰属問題は、メタバースを創作した場合とメタバースを購入した場合、こうして二つのケースに分けて調べる必要がある。 ・<u>プロシューマーが創作した場合</u>：国内ゼペット（ZEPETO）の場合、利用規約を通じて、プロシューマーの創作物に対する知的財産権は、プロシューマーに帰属されると明らかにしている。しかし、海外の一部のプラットフォームは、プロシューマーの創作物に対する知的財産権がプラットフォームにあると説明する場合もある。権利の帰属を、プラットフォーム企業の利用規約に完全に依存するのではなく、明確なガイドラインの確立が求められる。ガイドラインでは、メタバースに一括して統一された基準を適用するのではなく、メタバースの種類が持っている性格を考慮して異なる基準を設定することが必要だと考える。 ・<u>プロシューマーが購入した場合</u>：メタバースを購入した場合には所有権が購入者に帰属しない。これは、ゲームアイテムの所有権を利用者に帰属しない理論と同様である（ゲーム内アイテムの所有権はゲーム会社に帰属しており、利用者には使用权のみ認められる）。	第 6 章 II-2
メタバースと知的財産の問題	メタバースのプラットフォーム化	メタバースプラットフォーム企業は知的財産権事業者と連携・協力関係を通じて自身の事業領域を拡大しており、事業者が自身の知的財産に基づいて新しいメタバースプラットフォームを開発する事例も増加しているため、知的財産権の効力、範囲と権利侵害の問題が発生する可能性がある。	第 6 章 III-1

分類	項目	概要	引用
	メタバースの現実経済への影響と知的財産の問題	初期のメタバースはゲームと生活、コミュニケーションが別々の独立したサービスで提供され、サービスプロバイダが開発して提供した範囲内でのみ利用者はサービスを利用することができる構造であった。 一方、現在のメタバースは、ゲームと生活、コミュニケーションが一つの空間に融合され、利用者自ら生産者又は開発者となり、生産と消費が可能になるなど、プラットフォームの自由度が初期のメタバースに比べて格段に高くなり、現実経済と同様の経済活動がメタバースの中で行われるだけでなく、メタバースの経済活動が現実経済に影響を及ぼすまでになっている。 そのため、メタバースで他人の登録されたデザインを使用する場合、デザイン保護法で保護されるか、メタバースで他人の商標と類似した商標が表示されたアイテムを販売する場合、商標法で保護されているか、メタバースで有名人のキャラクターを自分のアバターとして使用する場合、不正競争防止法で保護されるか、国境を越えた世界で行われる行為で管轄権はどうなるかなどの知的財産権関連の問題が生じる。	第 6 章 Ⅲ-1
メタバースの商標権に関する問題	商標権の対象	一般消費者に流通するだけでなく、取引関係で流通する中間材、原材料など経済的価値のある対象は、すべてが商品に該当するため、メタバースの中のアイテムであっても経済的価値が存在すれば、これを商標法で意味する商品とみなすことが合理的である。	第 6 章 Ⅲ-2 - 1)
	デジタル画像の商品該当の可否	・仮想アイテムは商品分類体系上 9 類（「ダウンロード可能なイメージファイル」「ダウンロード可能なマルチメディアファイル」など）に分類され保護される。 ・メタバース内の衣類が「画像イメージ」に近いと解釈されることがあるので、「第 9 類（ダウンロード可能な画像ファイル）」に該当し、現実世界の衣類と「同一又は類似」の商品に商標を使用したものではないと判断される可能性が高いため、既存の商標権者の商標権を侵害しないと判断される可能性が存在する。	第 6 章 Ⅲ-2 - 2)-(1)
	メタバース商標の使用が商標法に該当するか	メタバースの中で提供される衣類（仮想アイテム）に第 25 類衣類について登録された他人の商標を使用する場合、該当商標が実際に使用された商品は衣類ではなく仮想アイテム（画像ファイル）であるので、「衣類」という商品に対する商標的使用ではないと判断されることがあるため、商標権侵害が認められないことがある。したがって、商標法ではなく、デザイン保護法や不正競争防止法による保護がより現実的である。 但し、近い将来、メタバースでも現実世界でも同時に提供され、現実世界の衣類製造業者がメタバースの中でも衣類アイテムを製作・提供する場合に、一般需要者がメタバースの中の衣類提供者と現実世界の衣類提供者を誤認したり混同したりすることを避けるため、メタバースの商標使用が商標法上の商標使用と認めることが妥当とされる可能性がある。	第 6 章 Ⅲ-2 - 2)-(2)
	メタバースの商標を商標登録する場合の問題	メタバースプラットフォームで実装されるブランドやキャラクターなどを保護するための指定商品は規定されていない。しかし、現在は、該当アイテムが具現する商品及び第 9 類「コンピューターソフトウェア」「オンラインアイテムクーポン」又は「ダウンロード可能なイメージファイル」を指定商品として出願して商標権を確保することができる。	第 6 章 Ⅲ-2 - 3)

分類	項目	概要	引用
メタバースのデザイン権に関する問題	メタバースのデザイン権の問題	メタバースが現実世界でも知的財産権の権利を持つことができるかについて次の2つの問題が発生する。 ・現実世界のデザインがメタバースで実装されること ・メタバースが現実世界で実装された場合、知的財産権に影響を与える可能性があること	第6章 Ⅲ-3 - 1)
	デザイン権の原則とメタバースの性質	デザイン権は、デザイン保護法に従って登録される権利であり、原則として形態を備えることを要求し、物品性があることを要求する。物品性というのは、デザイン保護法上保護されようとする審美感のある保護対象が物品でなければならないということ、又は物品に分離不可分に結合されていることを要求するものと解釈されるため、原則としてデザイン権はタイプ物に対して成立するものである。	第6章 Ⅲ-3 - 2)
	現実のデザインをメタバースで侵害する場合	デザイン保護法では、侵害に該当する「他人の実施」に関して物品を生産・使用・譲渡・レンタル・輸出又は輸入することが規定しているが、メタバース内で物品を具現することが物品の生産であるという根拠がないので、具現自体がデザイン保護法の侵害ではない。 デザイン保護法の侵害に該当するためには、物品が同一又は類似することを要求する。例えば、現実の椅子は人が座ることができる用途と支持台と台座の構成要素を機能として持っているが、メタバースや拡張現実上の椅子は人が直接座ることができないので用途と機能が異なるため、現在ではデザイン権の侵害に該当するとは言えない。 しかし、メタバース上で既に広く知られているデザイン（例：名品ブランドのバッグデザイン）を行うことは、他人の営業出典混同行為、又は不正競争防止法第2条第1号カーモックによる成果盗用行為に該当して不正競争行為とみなすことができる。このため、有名な建物をメタバースで許可なく実装することは、デザイン保護法の侵害ではないが、不正競争防止法の問題になる可能性がある。これに反して自由実施が可能な公知デザイン（public design）であるか、よく使われてきた物体ならメタバース上で具現することは知的財産権の侵害にならない。	第6章 Ⅲ-3 - 3)
	メタバースのデザインの侵害	メタバースで新たな創作性のある物体を具現したとしても、これをデザイン保護法に適合するように面化して出願しなければ、デザイン保護法上保護する余地はない。 しかし、著作権法は「人間が」表現したすべての著作物を保護するものなので、メタバースで表現した創作物があるものは当然著作権法で保護される対象となる。このような著作物が成果を持つか、周知した営業の出所を持つようになれば、不正競争防止法の保護対象になることもある。	第6章 Ⅲ-3 - 4)

第2節 裁判例等

1. 調査概況

国毎に、意匠権を対象とした裁判例等を調査した。

2. 日本

日本では、メタバースの意匠権に影響を与える可能性がある裁判又は審決という観点から、裁判（審決）例（日本-1）：立体画像表示機、裁判（審決）例（日本-2）：構想設計機能付き電子計算機、裁判（審決）例（日本-3）：ゴーグル用映像表示器、裁判（審決）例（日本-4）：遊戯用器具の表示器、裁判（審決）例（日本-5）：情報通信機能付車載用経路誘導案内表示機、についての調査結果を紹介する。

裁判（審決）例（日本-4）：遊戯用器具の表示器については、裁判（審決）例（日本-4-1）で維持審決、裁判（審決）例（日本-4-2）でも原告の請求が棄却されている。

図表 2-7 裁判（審決）例（日本-1）

対象	立体画像表示機
審判番号等	
審決日等	2021 年 7 月 20 日
種別	拒絶査定不服の審決
関連登録意匠番号	意匠登録第 1658066 号
請求人	ソニーグループ株式会社
被請求人	
審決の骨子	意願 2019-17178「立体画像表示機」拒絶査定不服審判事件について、原査定を取り消し、本願の意匠は、登録すべきものとする。
判断理由等	この物品の属する分野において、ディスプレイ内部に LCD パネルと光学ハーフミラーを組み合わせ正面側に傾斜して取り付けしたもの（引用意匠 1）や、現実空間の先に仮想空間が繋がっているように表現するため、スクリーン上の画像の切れ目を現実空間の景色（模様）に揃えて現した画像（引用意匠 2）が、本願の出願前に公然知られているものである。 しかしながら、本願部分のように、左右の壁面内側において、壁面に直交して正面側に傾斜して取り付けした画像表示部の一部と壁面の一部を組み合わせ、当該画像部分に、異なる視点であっても壁面との角度のズレや歪みを生じさせることなく画像として壁面の一部を表現するものは、本願部分の他には見られないものであるから、本願部分は、当業者にとって、格別の創作を要したものといわざるを得ない。 そうすると、本願部分の態様は、この種物品分野において独自の着想によって創出したものであり、当業者が公然知られた形態に基づいて容易に本願意匠の創作をすることができたということとはできない。
出典	意匠審決データベース https://isho.shinketsu.jp/originaltext/ds/1380974.html

図表 2-8 裁判（審決）例（日本-2）

対象	構想設計機能付き電子計算機
審判番号等	不服 2020-17958
審決日等	2021 年 7 月 15 日
種別	拒絶査定不服の審決
関連登録意匠番号	意匠登録第 1696155 号
請求人	石黒 広洲
被請求人	

審決の骨子	意願 2019- 21592「構想設計機能付き電子計算機」拒絶査定不服審判事件について、原査定を取り消す。本願の意匠は、登録すべきものとする。
判断理由等	この物品の属する分野において、ディスプレイ内部に LCD パネルと光学ハーフミラーを組み合わせ正面側に傾斜して取り付けしたもの（引用意匠 1）や、現実空間の先に仮想空間が繋がっているように表現するため、スクリーン上の画像の切れ目を現実空間の景色（模様）に揃えて現した画像（引用意匠 2）が、本願の出願前に公然知られているものである。 しかしながら、本願部分のように、左右の壁面内側において、壁面に直交して正面側に傾斜して取り付けした画像表示部の一部と壁面の一部を組み合わせ、当該画像部分に、異なる視点であっても壁面との角度のズレや歪みを生じさせることなく画像として壁面の一部を表現するものは、本願部分の他には見られないものであるから、本願部分は、当業者にとって、格別の創作を要したものといわざるを得ない。 そうすると、本願部分の態様は、この種物品分野において独自の着想によって創出したものであり、当業者が公然知られた形態に基づいて容易に本願意匠の創作をすることができたということとはできない。
出典	意匠審決データベース https://isho.shinketsu.jp/originaltext/ds/1380974.html

図表 2-9 裁判（審決）例（日本-3）

対象	ゴーグル用映像表示器
審判番号等	不服 2019-7567
審決日等	2020 年 2 月 28 日
種別	拒絶査定不服の審決
関連登録意匠番号	意匠登録第 1652354 号
請求人	株式会社ジャパンディスプレイ
被請求人	
審決の骨子	意願 2018- 15442「ゴーグル用映像表示器」拒絶査定不服審判事件について、原査定を取り消す。本願の意匠は、登録すべきものとする。

判断理由等	1 意匠に係る物品の類否判断：両意匠の意匠に係る物品は用途及び機能が異なるから、類似するとはいえない。 2 両部分の用途及び機能の類否判断：両部分の用途及び機能は、2つの表示用パネルに間隔を持たせる用途が異なり、また、パネル部を固定するか否かの点で機能も異なっているから、類似するとはいえない。 3 両部分の位置、大きさ及び範囲の評価：両部分の位置、大きさ及び範囲は、大略すれば共通しており、比率に関する相違点1ないし相違点3の両意匠の類否判断に与える影響は小さいと認められる。 4 両部分の形態の共通点及び相違点の評価 (1)共通点について：（共通点1）は、両部分の全体の形態を概括的に捉えたものであるが、両部分の全体の基本構成に係るものであるから、この共通点が類否判断に与える影響は、一定程度認められる。 （共通点2）は、両部分独自の態様ということもなく、一般的によく見受けられる態様であり、この点が類否判断に与える影響は限定的である。 (2)相違点について：（相違点1）の全体の構成における縦横比の差異は、数値的にはそれほど大きな違いではないが、両部分において最も目につきやすい部分であることから、類否判断にまったく影響がないとすることはできない。 （相違点2）は、本願部分についてはパネル部を固定するという用途及び機能が形態として表れた部分であるのに対し、引用部分はその点が不明となっており、両部分の類否判断に与える影響は大きい。 5 両部分の形態の類否判断 両部分の形態における共通点、相違点の評価に基づき、両部分を全体として観察する。 （共通点2）が両部分の類否判断に与える影響は限定手的ではあるものの、（共通点1）のそれは一定程度認められ、縦横比を具体的にみた（相違点1）の影響を吸収することはできても、（相違点2）が両部分の類否判断に与える影響は大きく、両部分を全体として観察した場合、その相違が与える影響は、（共通点1）の与えるそれよりも大きく、両部分の形態は類似するとはいえない。 6 両意匠の類否判断 両意匠の「意匠に係る物品」が類似しておらず、両部分の「用途及び機能」及び「形態」のいずれも類似していない。「位置、大きさ及び範囲」については共通するものの、これらを総合して判断すると、両意匠は、類似しない。
出典	意匠審決データベース https://isho.shinketsu.jp/originaltext/ds/1358683.html

図表 2-10 裁判（審決）例（日本-4-1）

対象	遊戯用器具の表示器
審判番号等	無効 2013-880010
審決日等	2015 年 7 月 27 日（審査請求：2013 年 3 月 18 日）
種別	無効の審決
関連登録意匠番号	登録第 1264441 号
請求人	株式会社エレクス
被請求	大一電機産業株式会社
審決の骨子	「登録第 1264441 号意匠の登録を無効とする」との本件審判の請求は、成り立たない。
判断理由等	本件部分意匠は、本件部分意匠の登録出願前にその意匠の属する分野における通常の知識を有する者が日本国内又は外国において公然知られた形状、模様若しくは色彩又はこれらの結合に基づいて容易に創作をすることができた意匠ということとはできない。
出典	意匠審決データベース https://isho.shinketsu.jp/originaltext/ds/1302957.html

図表 2-11 裁判例（日本-4-2）

対象	遊戯用器具の表示器
----	-----------

事件番号等	平成 27(行ケ)10004
判決日等	2015 年 7 月 9 日
種別	審決取消訴訟
関連登録意匠番号	意匠登録第 1264441 号
原告	株式会社エレクス
被告	大一電機産業株式会社
判決の骨子	特許庁が無効 2013-880010 号事件について 2014 年 12 月 11 日にした審決を取り消すことを要求した原告の請求を棄却する
判断理由等	原告は審決における本件部分意匠と引用部分意匠の差異点の認定の誤りを主張し、ありふれた手法による変更によって生じるものであり、創作上の工夫とは認められないと主張したが、本件意匠の形態は、ありふれた手法に基づくものであるとか、又は特段の創意を要さないで創作できるとは認め難く、新たな美感を生じている。
出典	知的財産高等裁判所 裁判例結果詳細 https://www.ip.courts.go.jp/app/hanrei_ip/detail?id=4099

図表 2-12 裁判（審決）例（日本-5）

対象	情報通信機能付車載用経路誘導案内表示機
審判番号等	不服 2008-26771
審決日等	2009 年 6 月 2 日
種別	拒絶査定不服の審決
関連登録意匠番号	意匠登録第 1365769 号
請求人	株式会社デンソーアイシン・エイ・ダブリュ株式会社 トヨタ自動車株式会社
被請求人	
審決の骨子	意願 2007- 9418「情報通信機能付車載用経路誘導案内表示機」拒絶査定不服審判事件について、原査定を取り消す。本願の意匠は、登録すべきものとする。
判断理由等	本願は、2007 年 4 月 9 日の意匠登録出願であり、その意匠は、願書及び願書に添付した図面の記載によれば、意匠に係る物品を「情報通信機能付車載用経路誘導案内表示機」とし、その「形状、模様、若しくは色彩又はこれらの結合（以下、「形態」という。）」は願書の記載及び願書に添付した図面に記載されたとおりとしたものであり、「正面図」等に表した画像は、タッチパネル式の表示画面における、各種操作スイッチを含む操作画面であって、薄赤色の着色を施した部分以外の部分が、部分意匠として意匠登録を受けようとする部分であるとしたものである。 本願意匠は、メニュー表示部の下方に展開される、そのメニュー内の操作をおこなう操作ボタンの配置を明確に区画分けし、表示部全体において、相互に影響が及ばない中段部、下段部を形成すること、かつ、下段部の各操作ボタンの異なる長さ、間隔による組み合わせ態様は、拒絶の理由として示した各例示意匠などからはありふれた手法とはいえず、このような構成態様とした本願意匠は容易に創作できたものであったということとはできない。
出典	意匠審決データベース https://isho.shinketsu.jp/decision/ds/view/ViewDecision.do?number=1198798

3. 米国

米国では、メタバースの意匠権に影響を与える可能性がある裁判という観点で、裁判例（米国-1）：アイコンの複製、裁判例（米国-2）：キャラクターの著作物性、裁判例（米国-3）：部分意匠の権利についての調査結果を紹介する。

図表 2-13 裁判例（米国-1）

対象	アイコンの複製
----	---------

訴訟番号等	P.S. Products. v. Activision Bizzard, Inc. 事件 ¹⁾ 、2014年2月21日)
判決の骨子	この事件では、スタンガンの製造者である意匠特許権者がビデオゲームの製造者である被疑侵害者を訴えて、ビデオゲームにおいて、プレイヤーがアバターとアイコンを通じてアクセスできる武器はスタンガンの意匠特許の違法複製である等と主張したが、裁判所は、1871年の最高裁判決 ²⁾ によって明確に表現された「通常の観察者テスト (ordinary observer test)」を基準として、通常の観察者であれば、意匠特許権者のスタンガンを買うつもりで、被疑侵害者のビデオゲームを買うことはないだろうとして、意匠特許権者の主張を退けた ³⁾ 。
著者の考察	本判決を参考に、ビデオゲームにおける武器が追加の別売のものである事案を想定して、「通常の観察者テスト (ordinary observer test)」を基準に検討すると、同様に、通常の観察者であれば、意匠特許権者のスタンガンを買うつもりで、被疑侵害者のビデオゲームにおける武器（厳密には武器の画像）を買うことはないだろうとして、意匠特許権者の主張は退けられてしまうのではないと思われる。 また、USPTO (United States Patent and Trademark Office (米国特許商標庁) の運用を本判決の事案にあてはめた場合、本判決の武器の画像が仮に登録とされており、それを GUI 又はアイコンとみることができるとすれば、USPTO の製造物品要件から、コンピュータースクリーン、モニター、その他のディスプレイパネルに表示されていることを前提に、意匠特許権者の主張が認められる可能性があると思われる。
脚注	1) P.S. Products. v. Activision Bizzard, Inc., 140 F.Supp. 3d 795, (E.D. Ark. 2014) (F.Supp. は、Federal Supplement (合衆国地方裁判所判例集) の略、Ark. はアーカンソー州連邦地方裁判所の略。) 2) Gorham v. Company v. White, 81 U.S. 511, (1871) (U.S. は、United States Reports (『合衆国判例集』合衆国最高裁判所の正式の判例集) の略) 3) P.S. Products. v. Activision Bizzard, Inc., 前掲注 82), pp.798, 799, 802; 青木, 前掲注 22), p.197
出典	寄稿 2 VR、AR の意匠法上の取扱い 一欧州、米国及び我が国の状況の考察 Tokugikon 総務部知的財産研究官 星野 光秀

図表 2-14 裁判例 (米国-2)

対象	キャラクターの著作物性
訴訟番号等	本判決 : Daniels v. Walt Disney Company, 952 F.3d 1149 (9th Cir. 2020)
判決の骨子	本件は、感情を擬人化し、色分けされたキャラクター ("The Moodsters") が、著作物として保護されるか否かが争われた事案である。 The Moodsters は、感情を擬人化し、色分けされた 5 体のキャラクターであり、次のとおり、それぞれが異なる感情を表している：ピンク（愛）、黄色（幸福）、青色（悲しみ）、赤色（怒り）及び緑色（恐怖）。 原告は、2005 年、Moodsters の世界を描いたキャラクター、テーマ及び設定の概要を説明する資料 (The Moonsters Bible) ("Bible") を作成し、公表した。 また、原告は、2007 年、The Moodsters を主人公にした 30 分間の見本版エピソード (タイトルは "The Amoodsment Mixup") ("pilot") を公表した。 さらに、原告は、2012 年から 2013 年にかけて、Moodsters 商品の「第二世代」(玩具、書籍など)を開発し、2015 年から販売した。 第 2 巡回区控訴裁判所は、次のとおり述べ、The Moodsters の著作物性を否定して被告の Motion to Dismiss を認めた原審の判断を支持した。
著者の考察	判断基準 ("Towle Test") 「キャラクターは、(1) 『概念的な属性だけでなく、物理的な属性』をも備え、(2) それが登場する時には常に、同一のキャラクターとして認識し得るほど十分に描写』され、『一貫した、同一のものと特定し得るキャラクターとしての特徴及び特性を表』しており、かつ、(3) 『とりわけ独自性があり、『何らかの固有の表現要素を含』んでいる場合には、著作権による保護を受けることができる」 (DC Comics v. Towle, 802 F.3d 1012, 1021 (9th Cir. 2015))。
参照	https://cdn.ca9.uscourts.gov/datastore/opinions/2020/03/16/18-55635.pdf
出典	弁護士 関真也 (https://note.com/masayaseki/n/nb1090c2215c1)

図表 2-15 裁判例（米国-3）

対象	部分意匠の権利
訴訟番号等	〔意匠〕米国連邦最高裁、意匠権の損害賠償額の算定基準について判断を示す Samsung Electronics Co., Ltd., et al. v. Apple Inc. (Supreme Court 2016) No. 15-777
判決の 骨子	本事件の争点は、意匠権侵害における損害賠償額の算定に関する米国特許法 289 条の「製造物品 (article of manufacture)」は、侵害品の製品全体（最終製品）を意味するのか、それとも、例えば登録意匠が製品の一部分のみを権利請求したものであった場合には、対応する構成部品を意味するのかという文言解釈にあった。本事件でのアップル社の登録意匠は以下の通りで、いわゆる全体意匠の権利ではなく、部分意匠の権利となっている。連邦巡回控訴裁判所（CAFC）は前者の解釈を用いてサムスン電子社がスマートフォン（最終製品）を販売して得た利益を損害賠償の額としたが、もし、後者の解釈が採用された場合には、損害賠償額は減額されることになるのである。 最高裁判決では、米国特許法 289 条に基づく損害賠償額は、（1）侵害された意匠が適用された「製造物品」が何であるかを特定し、（2）その「製造物品」から得た侵害者の利益総額を計算する、という 2 つのステップによって算出されるべきものであると判示した上で、「製造物品」という用語は、最終製品と構成部品の両方の意味を含んでいるとした。そのため、「製造物品」を最終製品に限定した解釈を用いた CAFC 判決を破棄し、差し戻した。 （追記：2017 年 2 月 7 日に CAFC は連邦地裁へ差し戻した。APPLE INC. V. SAMSUNG ELECTRONICS CO., LTD. [SCOTUS REMAND OPINION]） （Reuters の報道） アップルとサムスン、特許訴訟で和解 7 年越しの係争に終止符：2018 年 6 月 28 日 サンノゼの連邦地裁陪審は 2018 年 5 月、サムスンに 5 億 3900 万ドルの支払いを命じた。この陪審評決が控訴審で支持される場合、サムスンは追加で 1 億 4000 万ドル近くを支払うことになる。 アップルの広報担当者は和解条件に関するコメントを差し控えたが、「意匠権に深く留意している」とし、「今回の訴訟は常に、金銭問題より重要だった」と述べた。
著者の 考察	なお、最高裁は、「製造物品 (article of manufacture)」という用語は、最終製品と構成部品の両方の意味を含んでいるとした理由として、辞書の記載と米国特許法 171 条等の他の条文における「article of manufacture」の文言との整合性を挙げている。辞書については、確かに「article」という文言を最終製品に限定する記載はないが、かといって米国特許法 289 条における最高裁の文言解釈を積極的に裏付けるほどのものであるか、疑問がある。また、米国特許法 171 条における「article of manufacture」についても、確かに意匠登録を受けられる「article」は、いわゆる一般消費者が購入できる最終製品に限定されないため、これとの整合性が取れるとも言えるが、意匠登録の客体の問題と損害賠償額の算定の問題は別問題であると思うので、最高裁の示した理由には少し「無理やり」感を感じる。 また、日本での意匠権侵害訴訟においては、「寄与率」の考え方をを用いて損害賠償額を算出したものがある。この手法はまだ確立しているとは言えないが、部分意匠にかかる「化粧用パフ」の事件（大阪高裁 平成 18 年（ネ）184 号）では権利化部分が意匠全体に占める面積の割合に基づいて、寄与率を 50 パーセントとし、計算した利益額に乗じて損害賠償額を算出している。今回のアップルとサムスンの事件においては、単純に部分意匠に対応する「部品」の価格（例えば、D618677 号においては正面パネルの価格）が利益計算の基準となるのか、それとも、日本の「化粧用パフ」事件のような考え方を採るのか、興味深い。さらに、D604305 号のような GUI の場合、直接的に「部品」を構成していないためどのような計算手法が採られるのかについても、非常に興味深い。

引用	D618677 号 中央下部の円形ボタンを除く透明な正面視隅丸矩形形状の正面パネルを権利化部分としている。 D593087 号 正面視隅丸矩形形状の枠（ベゼル）と液晶画面、スピーカーを除いた正面パネルを権利化部分としている。 D604305 号 様々な色彩を備えたアイコンが基盤目状に並べられた GUI の意匠登録。 Reuters の報道 https://jp.reuters.com/article/apple-samsung-elec-idJPKBN1JN37Z
出典	創英国際特許法律事務所 ⁹

4. 欧州

欧州では、メタバースの意匠権に影響を与える可能性がある裁判という観点で、裁判例（欧州-1）：意匠の二次的利用、裁判例（欧州-2）：引用目的複製についての調査結果を紹介する。

図表 2-16 裁判例（欧州-1）

対象	意匠の二次的利用
訴訟番号等	ドイツ連邦通常裁判所（最高裁判所）（以下、ドイツ最高裁）判決（Deutsche Bahn v Fraunhofer Gesellschaft 事件 ⁴⁾ 、2011 年 4 月 7 日
判決の骨子	この事件では、列車の車両に係る登録共同体意匠が問題となっており、被疑侵害者が当該車両の写真をマーケティング用の広告に使用したところ、当該使用が、登録共同体意匠に係る権利侵害に該当するか、より具体的には引用の例外に該当するかが争われたが、裁判所は、引用の例外には該当せず、当該車両の写真の使用は意匠権侵害となると判断した⁵⁾。本判決を根拠に、EU 法においては、二次元的な使用は、意匠権侵害となるとされている⁶⁾。 また、本判決は、ドイツ最高裁の「EU 法は、著作権があらゆる種類の使用から保護されるのと類似の意匠の抽象的保護を規定している。」との解釈の帰結とされている⁷⁾。
著者の考察	そうであれば、写真の使用でなく、3D データ作成の事案を想定しても、意匠権侵害となろう⁸⁾。 さらに、当該列車車両の 3D データが、VR の画像のうち、操作画像又は表示画像に使用される事案（例えば、現実のように知覚される仮想都市の中で、当該列車車両の 3D 画像が仮想列車を発車させるアイコンとして使用される場合）及び操作画像でも表示画像でもない VR の画像に使用される事案（例えば、現実のように知覚される仮想都市の中の当該列車車両の 3D 画像）を想定しても、前段で述べたドイツ最高裁の広い保護を踏まえれば、いずれも、意匠権侵害となり得ると思われる

⁹

<https://www.soei.com/%EF%BC%BB%E6%84%8F%E5%8C%A0%E5%8C%BD-%E7%B1%B3%E5%9B%BD%E9%80%A3%E9%82%A6%E6%9C%80%E9%AB%98%E8%A3%81%E3%80%81%E6%84%8F%E5%8C%A0%E6%A8%A9%E3%81%AE%E6%90%8D%E5%AE%B3%E8%B3%A0%E5%84%9F%E9%A1%8D%E3%81%AE/>

脚注	4) BGH, Urt. v. 7.4.2011-1 ZR 56/09 (BGH は、Bundesgerichtshof (ドイツ最高裁) の略、Urt. は、Urteil (判決) の略、1 ZR 56/09 は事件番号で、1 ZR は民事第 1 部の意味。北村一郎編 [海老原明夫], アクセスガイド外国法, p.182, (2004) 東京大学出版会を参考に作成。) 5) 青木大也, 3D データと意匠法-3D プリンタの活用を見据えて, パテント, Vol.73, No.8 (別冊 No.23), p.189 (2020), p.194、Juliane Diefenbach, Lexology, Depiction of Deutsche Bahn's "ICE" high speed train in developer's marketing brochure infringes design rights (2011) 6) David Stone, European Union Design Law: A Practitioner's guide, p.47 (2012) Oxford University Press, Oxford; 特許庁 産業構造審議会知的財産政策部会第 18 回意匠制度小委員会参考資料 7, 諸外国の画像デザイン保護の現状, p.3 (2012), p.470; Lucas S. Osborn, 3D Printing and Intellectual Property, p.197 (2019) Cambridge University Press, Cambridge 7) Anna Nordberg and Jens Schovsbo, EU Design Law and 3D Printing: Finding the Right Balance in a New E-Ecosystem, in Rosa Maria Ballandini, Marcus Norrgård, Jouni Partenen, 3D Printing, Intellectual Property and Innovation Insights from Law and Technology, p.284 (2017) Kluwer Law International B.V., the Netherlands 8) 同上, p.296; 青木大也, 3D データと意匠法-3D プリンタの活用を見据えて, パテント, Vol.73, No.8 (別冊 No.23), p.189 (2020), pp.194~195
出典	寄稿 2 VR、AR の意匠法上の取扱い ―欧州、米国及び我が国の状況の考察 Tokugikon 総務部知的財産研究官 星野 光秀

図表 2-17 裁判例 (欧州-2)

対象	引用目的複製
訴訟番号等	欧州連合司法裁判所 (CJEU (Court of Justice of the European Union)) (以下、CJEU) 判決 (Nintendo Co. Ltd v. BigBen Interactive GmbH, BigBen Interactive SA 事件 ⁹⁾ 、2017 年 9 月 27 日)
判決の骨子	この事件では、被疑侵害者が、登録共同体意匠に係るビデオゲーム機のリモコン等のアクセサリーの画像を自社のウェブサイトに掲載した行為が問題となった¹⁰⁾。裁判所は、当該行為が、共同体意匠規則 20 条に定める例外規定「(1) 共同体意匠によって付与される権利は、次の行為に対しては行使することができない。(c) 引用又は教授目的での複製行為。ただし、当該行為が公正な取引慣行に合致しており、かつ、その意匠に係る通常の利用を不当に害さないこと、及びその出所についての言及がされることを条件とする。」の (c) 但書の条件を充足する引用目的の複製行為であれば、意匠権侵害とならないとした¹¹⁾。本判決は①の判決と同様、EU 法においては、二次元的な使用は、意匠権侵害となる根拠とされている¹²⁾。
著者の考察	本判決を参考に、当該ビデオゲーム機のリモコン等のアクセサリーの 3D データの作成の事案を想定して以下検討する。「EU 法においては、二次元的な使用は、意匠権侵害となることから、有形の製品 (tangible product) の無権限 (unauthorized) のデジタル複製は意匠権侵害となるとする見解¹³⁾」(以下、Osborn 説)がある。Osborn 説によれば、当該ビデオゲーム機のアクセサリーの 3D データの作成は意匠権侵害となるものと思われる。 また、本判決を参考に、当該ビデオゲーム機のアクセサリーの 3D データが VR の画像のうち、操作画像又は表示画像の VR の画像に利用される事案 (例えば、現実のように知覚される仮想リビングルームの中で、当該ビデオゲーム機のアクセサリー (例えば、リモコン) の 3D 画像がビデオゲーム機を操作するアイコンとして使用される場合) 及び操作画像でも表示画像でもない VR の画像に利用される事案 (例えば、現実のように知覚される仮想リビングルームの中の当該ビデオゲーム機のアクセサリー (例えば、リモコン専用ストラップ) の 3D 画像) を想定して検討すると、前段で述べた Osborn 説の広い保護を前提にすれば、意匠権侵害となり得ると思われる。

脚注	9) CJEU Joined Cases C-24/16 and C-25/16, Nintendo Co. Ltd v. BigBen Interactive GmbH, BigBen Interactive SA, ECLI:EU:C:2017:724 (ECLI は、European Case Law Identifier の略、EU:C は、CJEU の意味、2017:724 は、2017 年の 724 番目の document の意味、EU の公式 website である The European e-Justice Portal (https://e-justice.europa.eu/content_european_case_law_identifier_ecli-175-en.do (参照日：2022 年 9 月 6 日)) を参考に作成。) 10) 同上, paras. 23, 24, 27; 青木, See Brian D. Wassom, Augmented Reality Law, Privacy and Ethics Law, Society, and Emerging AR Technologies, p.18, (2015) Elsevier), p.195 11) 同上, para. 112 12) Osborn, See Crystal Nwaneri, Note, Ready Lawyer One: Legal Issues in the Innovation of Virtual Reality, HARV. TECH. L.J., Vol.30, No.2, p.604 (2017) ; Virtual Reality Society, History of Virtual Reality, https://www.vrs.org.uk/virtual-reality/history.html (参照日：2022 年 4 月 13 日) 13) Osborn, See Crystal Nwaneri, Note, Ready Lawyer One: Legal Issues in the Innovation of Virtual Reality, HARV. TECH. L.J., Vol.30, No.2, p.604 (2017) ; Virtual Reality Society, History of Virtual Reality, https://www.vrs.org.uk/virtual-reality/history.html (参照日：2022 年 4 月 13 日)
出典	寄稿 2 VR、AR の意匠法上の取扱い ―欧州、米国及び我が国の状況の考察 Tokugikon 総務部知的財産研究官 星野 光秀

5. 中国

中国では、メタバースの意匠権に影響を与える可能性がある裁判という観点で、裁判例（中国-1）：意匠の類否判断における「全体観察・総合判断」原則、裁判例（中国-2）：グラフィカルユーザーインターフェイスの意匠権侵害についての調査結果を紹介する。

図表 2-18 裁判例（中国-1）

対象	意匠の類否判断における「全体観察・総合判断」原則
訴訟番号等	(2021) 最高法知行終 78 号行政判決書
判決の骨子	(2021) 最高法知行終 78 号行政判決書において、法院は GUI 意匠の類否判断にあたって、「物品の正常使用時に容易に直接観察できる部分」と「登録意匠におけるその他の設計特徴に対して、既存設計と区別される登録意匠の設計特徴」の全体の視覚効果に対する影響に判断の重きを置き、「既存設計と区別される登録意匠の設計特徴において、被疑侵害インターフェースと係争専利の正面図で示されるインターフェースとの 3 つの顕著な区別は、一般消費者が容易に観察できる正面に位置し、設計効果を実現する具体的な外観を反映する領域であり、購入及び使用の際に必然的に一般消費者の注目を集めることとなり、そのツールアイコンの数や具体的な配置によって視覚印象が異なり、意匠の全体の視覚効果により影響を持ち、いずれも部分の細やかなニュアンスに該当しない。」と認定している。

著者の考察	「最高人民法院による専利権侵害をめぐる紛争事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈」（法釈〔2009〕21号）第十一条には、「意匠の同一又は類似の認定にあたって、人民法院は、登録意匠、権利侵害で訴えられた設計の設計特徴に基づき、意匠全体の視覚効果を以って総合的に判断しなければならない。権利侵害で訴えられた設計と登録意匠とが、全体の視覚効果において相違のない場合、人民法院は二者の同一を認定し、全体の視覚効果において実質的な相違のない場合、二者の類似を認定しなければならない。」と規定されている。 2021年6月1日施行の改正専利法では部分意匠制度が導入されており、部分意匠について意匠権侵害を判断する際、上記した「全体観察・総合判断」原則が依然として適用されているかどうかは、今後司法実務上で明確に見極める必要がある。 「全体観察・総合判断」原則に基づいて意匠の類否判断を行う場合、まず、登録意匠とイ号意匠との一致点・相違点を全面的にまとめる。そして、一般消費者の視点から、両者が実質的に相違するか否かを総合的に判断する。総合判断にあたって、「主に技術的な機能で決まるような設計特徴、及び全体の視覚効果に影響を与えないような物品の材料や、内部構造等の特徴」を除外するとともに、「物品の正常使用時に容易に直接観察できる部分」と「登録意匠におけるその他の設計特徴に対して、既存設計と区別される登録意匠の設計特徴」に判断の重きを置く。
引用	(2021) 最高法知行終 78
出典	特許庁委託事業、知的財産権侵害関連裁判マニュアル、2023年3月、独立行政法人日本貿易振興機構北京事務所（知的財産権部）、P402

図表 2-19 裁判例（中国-2）

対象	グラフィカルユーザーインターフェイスの意匠権侵害
訴訟番号等	(2016) 京 73 民初 276 号判決書 2016年4月、北京知的財産権法院が審理した奇虎 360 公司对北京江民新科技有限公司の意匠権侵害紛争事件は、中国で最初の GUI 侵害訴訟となった。
判決の骨子	原告の北京金山セキュリティソフトウェア有限公司（以下、「金山社」）は、「移動通信端末に用いられる GUI」に係る中国意匠登録第 CN305066527S 号（以下、「本件意匠」）の権利者。 金山社は、本件意匠を利用した中国語の文字入力システム・ソフトウェアである「趣輸入」を、インターネット上でユーザーに無償提供していた。この「趣輸入」は、「文字入力をしながらお金儲けができる」ことを売りとした、パソコン又は携帯電話で利用可能な文字入力システム・ソフトウェア。ユーザーが「趣輸入」を利用して文字入力を行うと、入力文字数に応じてアプリ内の仮想通貨が獲得でき、この仮想通貨は、現金化したり、ゲームツールの購入に使用したりすることが可能。 金山社は、被告 2 社が提供している「触宝輸入法」という文字入力システム・ソフトウェアの一部のバージョンの GUI 設計が、本件意匠権に係る GUI 設計と類似していることを発見し、侵害行為の停止と 100 万元の損害賠償を求めて、2019 年 6 月に上海市知的財産法院に侵害訴訟を提起した。

	(判決) 携帯電話機製造者や、Android 等の携帯 OS 製造者は、上位層にインストールされるアプリを選択できる立場にないため、本件意匠権を侵害する主観的故意はなかったとして、侵害責任を有しないと判断。 また、携帯電話機に被告ソフト（携帯アプリ）をインストールした携帯電話機ユーザーについても、業としての行為ではないとして、侵害責任を有しないと判断。 携帯アプリを製造・提供した被告については、意匠に係る物品である携帯電話機を直接に製造・販売してはいないものの、被疑侵害 GUI 意匠は、プログラム言語により被疑侵害ソフト内に固定されており、携帯電話機ユーザーが被疑侵害ソフトを正常に使用する際、該ソフトの通常の操作を行いさえすれば、被疑侵害 GUI の動的变化の過程全体が必然的に実現されるため、被疑侵害ソフトは、本件意匠権の侵害を実現する過程において「代替不可能な実質的作用」を果たしており、意匠権侵害の最も主要な原因である、と分析。そして、そのような携帯アプリ製造者である被告は、原告の損害の発生について主観的な過失を有するため、民法典第 1165 条の「行為者が過失により他人の民事権益を侵害し損害をもたらした場合、侵害責任を負わなければならない」との規定に基づき、両被告に対し 35 万円の損害賠償金を支払うべきである、との判決が下された。 その他：ソフトを無償ダウンロードさせる行為が業としての販売・販売申し出にあたるか この点について、本件判決では、被告アプリは、インターネット上のプラットフォームからユーザーに無償でダウンロードされているものの、被告はアプリ内で広告を表示することで収益を得ており、被告アプリの紹介及び説明にも、ユーザーにダウンロードさせ、使用させて広告収益を得ることが宣伝されている点を指摘。 そして、両被告が被疑侵害アプリをアップロードして、ユーザーにダウンロードさせる行為は、GUI を含む携帯電話機という被疑侵害製品の最も主要な実質的部分の「販売及び販売の申し出」にあたり、侵害行為を構成すると判断。
著者の考察	本件判決の主要なロジックは、2019 年 12 月に出された、著名な特許権侵害事件の判決文の考え方を、そのまま踏襲しています。当該判決（2019 最高法知民終 147 号）では、仮想ウェブ・サーバーやユーザー・ブラウザを含む複数主体により実施されるネットワーク通信分野の方法クレームの侵害判断において、クレームの全ステップの実施に用いられるルータを製造・販売する業者が、ルータ購入者が請求項に記載の全ての技術的特徴を実施するために「代替不可能な実質的役割を果たした」として、単独で侵害責任を課された。
引用	(2016) 京 73 民初 276 号判決書
出典	海外知財アップデート 2023. 10. 18 #意匠／#知的財産／#知財争訟／#中国 https://www.tmi.gr.jp/eyes/blog/2023/15090.html

6. 韓国

韓国では、メタバースの意匠権に影響を与える可能性がある裁判という観点で、デザイン権についての裁判例は見つけることができなかったが、商標権では影響を与える可能性がある観点から、裁判例（韓国-1）：菓子業界の取引実情に照らし菓子製品の包装紙に表記された図形部分も出所の識別標識として機能していると判断し識別力を認めた事例についての調査結果を紹介する。

図表 2-20 裁判例（韓国-1）

対象	菓子業界の取引実情に照らし菓子製品の包装紙に表記された図形部分も出所の識別標識として機能していると判断し識別力を認めた事例
訴訟番号等	当事者：原告 A 社 vs 被告 B 社 判断主体：大法院 事件番号：2019 フ 11787 言渡し日：2020 年 5 月 14 日 事件の経過：上告棄却／原審確

判例の 骨子	大法院は、本件登録商標の標章のうち文字部分に該当する「ハニーバターアーモンド」はその指定商品の性質を表示したものと直感されるため識別力がないものの、図形部分に該当するバター片、アーモンド、はちみつとその全体的な構図等は指定商品に関連してありふれて用いられる表現方式からなっているとは認められず、指定商品との関係及び取引社会の実情に照らしてみると菓子類製品において製品包装の図案が出所の識別標識として機能しており、公益上、特定人にそのような図案を独占させるに適しないと認める根拠もないという点を挙げ、本件登録商標は識別力が認められると判断した。 (1) 本件登録商標の識別力有無 (2) 先使用商標が著名商標か否か (3) 本件登録商標が需要者を欺瞞するおそれがある商標か否か
著者の 考察	韓国において菓子類のような製品の包装に関連して、その識別力の有無が争われた判例はこれまでも数多くあり、その中には具体的事情に基づいて識別力が認められたケースもあれば、その逆に識別力が否定されたケースもあった。 本件判決の判断は前者であると言え、大法院は「本件登録商標の図形部分に描写されたバター片、アーモンド、はちみつとその全体的な構図等が指定商品と関連してありふれて用いられる表現方式からなっているとは認めがたく、指定商品との関係と取引社会の実情に照らしてみると菓子類製品において製品包装の図案が出所の識別標識として機能している」として原審の判決を支持した。 これは具体的事情に基づく判断であったが、指定商品との関係や取引社会の実情を考慮して製品包装の図案を出所の識別標識として認めた今回の判決を受けて、今後、製品包装の全体イメージにより商標登録を確保しようとする試みが増えていく可能性もあろう。こうした製品を取り扱う企業にとって安定した事業展開のためには、単純な文字商標の確保にとどまることなしに、製品包装そのものの商標登録の確保についても検討する必要があると思われる
引用	事件番号：2019 フ 11787
出典	特許庁委託事業 韓国の知的財産権侵害判例事例集 2021 年 03 月独立行政法人日本貿易振興機構ソウル事務所 P63-P65

第3節 調査研究報告書・論文等

1. 調査概況

日米欧中韓の最近の論文、及び、最も古いと思われる論文を調査した。

最近の論文については、意匠に関連すると思われる論文を抽出し、論文本体を入手可能なものについては、その論文を引用している論文を調査した。

調査結果は、日米欧中韓の国毎にリスト化するとともに、引用論文については、引用している論文毎にリスト化した。

なお、論文毎に、アブストラクトの内容に基づき、メタバースの意匠の保護との関連度を評価し、下記の記号を付与した。

○：関連が高い △：ある程度関連する ×：関連性が少ないと判断。

2. 日本

日本の研究者が発表した論文¹⁰を下記に示す。

図表 2-21 日本の研究者が発表した論文

項番	著者	論文タイトル	概要	関連性	文献名、頁	発行日	発行元
1	谷川 和幸	NFT を活用した仮想オブジェクト等の取引と著作権法	(有料)	△	法学教室 (515), 35-39, 2023-08	2023年8月	有斐閣

¹⁰ 掲載 URL(上から順)

1. <https://www.yuhikaku.co.jp/hougaku/detail/021145>
2. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1520579134375037312>
3. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1520858829272017024>
4. <https://www.inpit.go.jp/content/100877330.pdf>
5. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1520295740772775936>
6. https://www.soumu.go.jp/main_content/000857395.pdf
7. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1520579134371545088>
8. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1520293511721452416>
9. https://www.jstage.jst.go.jp/article/jicp/6/1/6_111/_article/-char/ja
10. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1520013198427568768>
11. <https://jpaa-patent.info/patent/viewPdf/4109>
12. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1520013043967047424>
13. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1520012801461898752>
14. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1520575373780957696>
15. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1520857623356747904>
16. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1523388080331085440>
17. <https://www.inpit.go.jp/content/100868553.pdf>
18. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1040282257292321152>
19. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1040282257070215936>
20. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1573668927070597888>
21. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1520011231253746560>

項 番	著者	論文タイトル	概要	関 連 性	文献名、頁	発 行 日	発行元
2	青木 大也	欧米法との対比から見た仮想空間上のデザインとわが国意匠法	(国立国会図書館書誌 ID 033071402)	△	IP ジャーナル (Intellectual property journal) (26), 12-16, 2023-09	2023年9月	知的財産研究教育財団
3	関 真也	東京大学著作権法等研究会研究報告(第16回) デジタルツインその他の現実環境再現型メタバースに関する知的財産法上の課題: 著作権と不正競争防止法2条1項3号改正を中心に	(有料)	△	NBL (1240) 97-102, 2023-04-15	2023年4月	商事法務
4	関 真也	メタバースにおけるオブジェクトのデザイン保護と創作活動への影響: 意匠法及び不正競争防止法2条1項3号を中心に	フィジカルな商品の形態を再現したデジタルデータを提供する行為が不正競争防止法2条1項3号の「模倣」に該当するか否かを明確に判別できない場合、創作活動に対する影響が生じ得る。この問題意識のもと、「画像意匠」と「コンテンツ」の区別、そしてデジタル領域における「模倣」該当性の考え方につき、条文、意匠審査基準、意匠登録例、裁判例等をもとに検討を試みている。	○	特許研究／工業所有権情報・研修館特許研究室編 (75) 31-46, 2023-03	2023年3月	工業所有権情報・研修館特許研究室
5	伊藤 真	メタバース空間における知的財産権問題 (著作権を中心に)	(有料)	△	コピーライト 62 (743), 19-23, 2023-03	2023年3月	著作権情報センター
6	栗原 佑介	メタバースを中心とするバーチャルリアリティにおける著作権法の「実演」に関する一考察	将来、通信環境がより大容量、低遅延、多接続となり、現実の動きがシームレスにバーチャルリアリティに反映される情報通信環境を想定し、アバターを介した実演の法的保護を明らかにすることを目的とする。	△	情報通信政策研究, 2023年6巻2号 p. 15-36	2023年3月	情報通信政策研究所

項 番	著者	論文タイトル	概要	関 連 性	文 献 名、 頁	発 行 日	発行元
7	麻生 典	仮想空間における仮想オブジェクトの保護：意匠法と商標法を中心に	(国立国会図書館書誌 ID 033068639)	△	Japio year book 42-48, 2023	2023 年	日本特許情報機構
8	関 真也	メタバースと著作権法（第 1 回）課題の整理	(有料)	△	コピーライト 62 (737), 30-35, 2022-09	2022 年 9 月	著作権情報センター
9	あしやま ひろこ	メタバース用途のAvatar取引に伴う利益衝突に関する法的考察	利用者が自らAvatarを制作できる状況を国が保障できるようにするため、広く国民に対してAvatarを自ら作るための技能を習得できるように教育機会の提供と、その手段の提供を保障するという方法を提案している。	×	情報通信政策研究 6 (1), 111-132, 2022-12-22	2022 年 12 月	総務省情報通信政策研究所
10	関 真也	メタバースと著作権法（第 4 回）メタバースにおけるクリエイターエコノミーと著作権の処理：オープンメタバースも見据えて	(有料)	△	コピーライト 62 (740), 25-29, 2022-12	2022 年 12 月	著作権情報センター
11	飯村 重樹ほか	NFT およびメタバースについての調査・研究	2021 年度の文化庁審議会著作権委員会第 2 部会第 1 チームにおいて、NFT とメタバースについて、主に著作権法の観点から検討している。	○	日本弁理士会広報センター会誌編集部編 75 (13), 5-15, 2022-12	2022 年 12 月	日本弁理士会
12	鈴木 康平	仮想空間における意匠保護：意匠に係る物品の類否判断に関する日米裁判例	(国立国会図書館書誌 ID 032555239)	△	InfoCom T&S world trend report：世界の情報通信サービスの情報誌／情報通信総合研究所 ICT 創造研究部編 (404), 10-20, 2022-12	2022 年 12 月	情報通信総合研究所
13	関 真也	メタバースと著作権法（第 3 回）現実環境のメタバースにおける再現とメタバース環境の二次利用	(有料)	△	コピーライト 62 (739), 55-61, 2022-11	2022 年 11 月	著作権情報センター

項 番	著者	論文タイトル	概要	関 連 性	文献名、頁	発 行 日	発行元
14	関 真也	メタバースと著作権法（第2回）メタバース上のオブジェクト及びアバターの保護	（有料）	△	コピーライト 62 (738), 24-30, 2022-10	2022年10月	著作権情報センター
15	上野達弘	メタバースをめぐる知的財産法上の課題	（国立国会図書館書誌 ID 032572162）	△	ネクストコム：情報通信の現在と未来を展望する 524-13, 2022	2022年	KDDI 総合研究所
16	青木 大也	意匠法における操作画像の意義：映像装置付き自動車事件	（国立国会図書館書誌 ID 030228005）	△	BUSINESS LAW JOURNAL	2020年1月	レクシスネクシス・ジャパン
17	関 真也	アパレルデザインの不正競争防止法2条1項3号による保護—『流行』の生成プロセスから見た商品形態の実質的同一性の捉え方の検討—	アパレルの発展のためには「流行」との関係を踏まえて、客観的な保護範囲を画する重要な要件の実質的同一性に焦点を当て、需要者基準及び後行者基準という異なるアプローチの関係を分析した上で、「流行」の生成プロセスを踏まえた実質的な同一性の解釈を検討している。	△	特許研究 PATENT STUDIES No. 68 2019/9	2019年9月	[INPIT] 独立行政法人工業所有権情報・研修館
18	青木大也（大阪大学）	意匠の類似性における物品の意義に関する研究	意匠権侵害の成否に係る物品の類似性について、旧法下の議論や他の知的財産法における議論、更に欧州共同体意匠制度と米国意匠特許制度との対比を通じて、物品の類似が、様々な理由を踏まえた、我が国意匠法特有の要件であることを明らかにした。 （有料）	○	科学研究費助成事業、研究課題／領域番号：26780071	2016年3月31日	大阪大学

項 番	著者	論文タイトル	概要	関 連 性	文 献 名、 頁	発 行 日	発行元
19	平嶋 竜 太（筑 波大 学）	インターネット 上の仮想空間に おける創作成果 物の法的保護の あり方に関する 基礎的研究	インターネット上の （三次元）仮想空間（メ タバース）内において 創作され、使用される 多様な創作物について の法的保護のあり方につ いて、その現状を調 査研究するとともに、 知的財産法理論の観点 から法的保護の基礎を 明確にした上で、今後 の課題や方向性を明ら かにする。 （有料）	○	科学研究費助 成事業、研究 課題／領域番 号：21730102	2010 年	筑波大学
20	吉野 孝、池 信克也 （和歌山 大学）	三次元仮想空間 における多言語 チャットコミュニ ケーション実験（セッション 7:コミュニティ （2））	三次元仮想空間の一つ である Second Life 上 で固定型及び携帯型の 2 種類の多言語コミュニ ケーション支援システ ムを構築し、多言語コ ミュニケーション実験 を Second Life 上で実 施した。	×	情報処理学会 研究報告. EIP, 「電子化 知的財産・社 会基盤」2008 (91), 125- 130, 2008-09- 18	2008 年 9 月	一般社団 法人情報 処理学会
21	中崎 尚	東京大学著作権 法等研究会研究 報告（第 14 回）新たなカタ チのコンテンツ と知財：NFT、 XR（AR、VR）と メタバース	（国立国会図書館書誌 ID 032241917）	△	NBL（1221）， 69-75，2022- 07-01	2022 年 7 月	商事法務

3. 米国

米国の研究者が発表した論文¹¹を下記に示す。

図表 2-22 米国の研究者が発表した論文

項 番	著者	論文タイトル	概要	関 連 性	文献名、頁	発 行 日	発行元
1	Wendy A. Bradley (Southern Methodist University) Julian Kolev (USPTO)	Competitive Dynamism in Nascent Markets: Trademarks and Superstar Firm Entry in the Metaverse	USPTO（米国特許商標庁）の商標データと準実験的なデザインを使用して、メタバースでの新製品とサービスの開発を分析している。	×	USPTO Economic Working Paper No. 2023-1, SMU Cox School of Business Research Paper No. 23-15	2023年9月1日	SSRN (Social Science Research Network)
2	Maria Kalyvaki (Minnesota State University)	Navigating the Metaverse Business and Legal Challenges: Intellectual Property, Privacy, and Jurisdiction	メタバースに関連する法的課題の概要を提供し、それらに対処するための潜在的な解決策を特定することを目的としている。	○	Volume: 3 Issue: 1, 87 - 92	2023年6月30日	Journal of Metaverse
3	Jon M. Garon (Nova Southeastern University)	Legal Implications of a Ubiquitous Legal Implications of a Ubiquitous Metaverse and a Web3 Future	メタバースの動きの中心となる Web3 テクノロジーの急速な出現と進化について説明する。Web3 自体は、インターネットコマースにおけるパラダイムシフトである。	×	Marquette Law Review Volume 106 Issue 1 Fall	2022年9月1日	Marquette Law Review

¹¹ 掲載の URL(上から順)

1. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4576986

2. <https://dergipark.org.tr/en/pub/jmv/issue/72588/1238344>

3. <https://scholarship.law.marquette.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=5529&context=mulr>

4. https://www.researchgate.net/profile/Michael-Murray-8/publication/361938859_Trademarks_NFTs_and_the_Law_of_the_Metaverse/links/62cd98235dc7555897cbf2/Trademarks-NFTs-and-the-Law-of-the-Metaverse.pdf

5. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1113402

6. <https://www.bu.edu/law/journals-archive/scitech/volume112/jankowicharticleweb.pdf>

7. <https://digitalcommons.law.umaryland.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3040&context=mlr>

8. <https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1902&context=amcis2004>

項 番	著者	論文タイトル	概要	関 連 性	文献名、頁	発 行 日	発行元
4	Michael D. Murray (University of Kentucky)	Trademarks, NFTs, and the Law of the Metaverse	商標、NFT、メタバースの法令に関して説明。また、NFT クリエイターが法律で問題に巻き込まれている領域、又は問題に巻き込まれる可能性が高い領域と、商標侵害、商標の希薄化、及び関連する政策について検討。	△	(Comment Draft: Not for Citation or Republication)	2022年7月	ケンタッキー大学のブロックチェーン、暗号通貨、NFT、及びメタバース法プロジェクト
5	University of California, Los Angeles (UCLA)	Leave Those Orcs Alone: Property Rights in Virtual Worlds	現実世界の法制度が仮想世界の取引や活動に適用されるべきかという、新しい世界が直面している問題に取り組むことを目的とする。	△	University of California, Los Angeles (UCLA) - School of Law	2008年3月28日	SSRN (Social Science Research Network)
6	Andrew E. Jankowich (randeis University)	Property and Democracy in Virtual worlds	ゲームなど、コンピューターで生成されたキャラクターを通じて人々が相互に対話できるゲーム、仮想世界の問題と法律との関係。	△	Boston University Journal of Science & Technology Law [Vol. 11:2, 2005]	2005年	Boston University
7	Tom W. Bell (University of Dayton School of Law)	Trademark Law and The Social Construction of Trust: Creating The Legal Framework for Online Identity	商標法と信頼の社会的構築のための信頼性が高く永続的なオンラインIDの生成と、メタバースでIDを情報及び財産として扱う際の問題。	△	Washington University Law Review VOL. 83	2005年7月6日	Washington University
8	Ian MacInnes (Syracuse University)	The Implications of Property Rights in Virtual Worlds	実行可能なビジネスモデルを確立するという目標において、ゲームコミュニティの開発者が直面する問題を分析している。	×	AMCIS (Americas Conference on Information Systems) 2004 Proceedings	2004年12月	Association for Information Systems AIS Electronic Library (AISeL)

4. 欧州

欧州の研究者が発表した論文¹²を下記に示す。

図表 2-23 欧州の研究者が発表した論文

項 番	著者	国	論文タイトル	概要	関 連 性	文献名、頁	発 行 日	発行元
1	Mezei, éter and Chawla Arora, Gunjan	リト アニア	Copyright and Metaverse	既存の著作権基準 がメタバースに適 用できるかどうか、又は新しいビ ジネスの現実のニ ーズを満たすため に著作権法の調整 が必要かどうかに ついて説明。	○	Research Handbook on Metaverse and the Law, Edward Elgar, 2023	2023 年 5 月 10 日	SSRN (Social Science Research Network)
2	Vinden Wylde (Cardiff Metropolita n University)	英国	Post-Covid- 19 Metaverse Cybersecurit y and Data Privacy: Present and Future Challenges	調査結果と推奨事 項から、概念的な アーキテクチャフ レームワークの開 発と実装を強化 し、全体的なデー タパイプライント ラフィック（メタ バースを含む）、 及び中間セキュリ ティとプライバシー の実証と検証に 関してユーザーの 権利と自由を強化 するための要素と 指標が提示されて いる。	×	Data Protection in a Post- Pandemic Society pp 1-48	2023 年 5 月 8 日	Springer Link

¹² 掲載の URL(上から順)

1. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4444608
2. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-34006-2_1
3. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4437815
4. <https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/3585387>
5. <https://link.springer.com/article/10.1007/s00779-023-01708-1>
6. <https://law.unh.edu/sites/default/files/media/2023/06/ramirez-montes.pdf>
7. <https://dspace.lu.lv/dspace/handle/7/63028>
8. <https://jcli-bi.org/index.php/jcli/article/view/25>
9. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10660-009-9028-2>
10. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1471-1842.2007.00733.x>

項 番	著者	国	論文タイトル	概要	関 連 性	文献名、頁	発 行 日	発行元
3	Timur Latypov (Westminster International University)	英国	How Copyright Can Be Regulated in the Metaverse? Whether the Current Law and Enforcement Instruments of the UK and EU Apply to the Metaverse	「メタバースでの著作権オブジェクトの作成」「メタバースにおける著作権法の侵害」「メタバースでの著作権法の施行」の3つの主要な要素について解説している。	○	Westminster International Universityでの商法の学位論文	2023年5月	SSRN (Social Science Research Network)
4	Roberto García 他 (Universitat de Lleida)	スペイン	Semantics and Non-Fungible Tokens for Copyright Management on the Metaverse and Beyond	著作者と著作権を管理するための分散型アプリケーションである CopyrightLY を提案する。これは、裏付けとなる証拠を含め、コンテンツの著作者を主張する手段を提供している。	○	ACM Transactions on Multimedia Computing, Communications, and Applications	2023年2月	Acm Digital Library
5	Luca Turchet (University of Trento)	イタリア	Musical Metaverse: vision, opportunities, and challenges	ミュージカルメタバースが効率的、創造的、かつ責任ある方法で作成及び利用されるように、対処する必要がある技術的、芸術的、倫理的、持続可能性、規制上の問題も特定する。	△	Personal and Ubiquitous Computing	2023年1月13日	Springer Link
6	MJur, MSt. and DPhil (Oxford)	英国	EU TRADEMARKS IN THE METAVERSE	EU の商標権に対するメタバースの影響を調査している。	×	IDEA Vol. 63	2023年1月13日	CÉSAR RAMÍREZ-MONTES
7	Ziedina, Kristīne (Riga Graduate School of Law)	ラトビア	Trademark protection in the metaverse from a general EU trademark's perspective	Web 3.0 又はメタバースのコンテキストにおける非代替トークン (NFT) を取り巻く法的枠組みを研究している。	×	RJA Bakalaura darbi / RGSL 学士論文	2023年	University of Latvia

項 番	著者	国	論文タイトル	概要	関 連 性	文献名、頁	発 行 日	発行元
8	Safari Kasiyanto (Tilburg University)、Mustafa R. Kilinc (WHU - Otto Beisheim School of Management)	オランダ、ドイツ	THE LEGAL CONUNDRUMS OF THE METAVERSE	メタバースの法的難題をより適切な方法で詳しく説明した最初の記事で、財産法と知的財産法に関する議論、そして「仮想財産法」を制定する時期が来たのかどうかについての議論が含まれる。また、プライバシーとデータ保護、契約法とスマートコントラクト、サイバーセキュリティとサイバー攻撃、通貨と決済システム法、仮想資産の規制（証券法と商品法を含む）、税法、マネーロンダリング対策など、その他の法的側面についても説明する。	○	Journal of Central Banking Law & Institutions Vol. 1 No. 2 (2022)	2022年5月31日	Bank Indonesia
9	Vili Lehdonvirta (Helsinki Institute for Information Technology)	フィンランド	Virtual item sales as a revenue model: identifying attributes that drive purchase decisions	消費社会学の視点を採用し、14の仮想資産プラットフォームの例を分析して、機能的、快楽的、社会的属性からなる、仮想アイテムの購入意思決定を促すアイテム属性のより詳細なセットを提案する。	×	Electronic Commerce Research	2009年3月10日	Springer Link
10	Steve Wheeler 他 (University of Plymouth)	英国	Second Life: an overview of the potential of 3-D virtual worlds in medical and health education	Second Lifeの医療及び健康教育の例、及び Second Lifeの教育上の可能性と、仮想世界の使用に関連するいくつかの問題と課題について述べる。	×	Health Information & Libraries Journal Volume 24, Issue 4 Pages: 233-308, i-iii	2007年11月14日	Wiley online library

5. 中国

中国の研究者が発表した論文¹³を下記に示す。

図表 2-24 中国の研究者が発表した論文

項 番	著者	論 文 タ イ ト ル	概 要	関 連 性	文 献 名、 頁	発 行 日	発 行 元
1	Zihang Lan, Yanru Yan, Xiao Wang, Rui Fan (Macau University) , Yichen Luo (Nanjing University)	Metaverse Education's Challenge to the Copyright Fair Use System: An Empirical Analysis	普及範囲の拡大 は、メタバース教 育において他人の 教材を利用するこ とは、著作権者の 権利を過度に侵害 する可能性を示唆 している。著作権 法は、メタバース 教室が現行のフェ アユース制度の範 囲から外れるかど うかという問題に 早急に対応する必 要があり、メタバ ース教育の持続可 能な発展に不可欠 である。	○	Proceedings of the 4th International Conference on Education, Knowledge and Information Management, ICEKIM 2023, May 26-28, 2023, Nanjing, China	2023 年 9 月 13 日	EUDL (European Union Digital Library)
2	Yupeng Dong (NingboTech University) Chunhui Wang (Zhejiang University)	Copyright protection on NFT digital works in the Metaverse	知的財産法に基づ いた NFT デジタル 作品の正しい属性 の分析を行う。ま た、権利の消尽、 プラットフォーム 運営の義務、取引 に伴う不法行為責 任の負担など、関 連する法的問題と その対応策につい て述べる。	△	Security and Safety, Vol. 2, 2023013 (2023)	2023 年 6 月 30 日	EDP Sciences and China Science Publishing & Media Ltd

¹³ 掲載の URL(上から順)

1. <https://eudl.eu/doi/10.4108/eai.26-5-2023.2337320>

2. <https://sands.edpsciences.org/articles/sands/abs/2023/01/sands20220012/sands20220012.html>

3. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-25059-0_8

4. <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/10070755>

5. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-24359-2_8

6. <https://drpress.org/ojs/index.php/HBEM/article/view/4632>

7. Metaverse for Social Good: A University Campus Prototype

8. <https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/2993363.3006041>

3	Danny Friedmann (Peking University)	A Digital Single Market, First Stop to the Metaverse: Counterlife of Copyright Protection Wanted	プラットフォームに対する事実上の厳格責任の導入により、自動コンテンツ認識の必要性が高まり、例外又は制限に該当する無許可だが合法な使用に対する十分な保護手段の必要性が高まっている。ここでは、特にメタバースの出現を考慮して、著作権で保護された作品にこの休憩 (breathing) スペース (無許可だが合法) を提供する方法に焦点を当てる。	○	ILEC 2023: Law and Economics of the Digital Transformation pp 137-189	2023年6月3日	Springer Link
4	Baoru Han (chongqing medical university) 他	Application of Zero-Watermarking Scheme Based on Swin Transformer for Securing the Metaverse Healthcare Data	メタバースヘルスケアシステムにおける医療画像のセキュリティを向上させるために、Swin Transformer に基づく堅牢なゼロウォーターマーキングスキームを提案	×	IEEE Journal of Biomedical and Health Informatics (Early Access), pp.1-10	2023年3月15日	IEEE
5	Shenghui Cheng (The University of Westlake)	Metaverse and Law	メタバースで直面するさまざまな法的リスクの問題とメタバース法制度の形状について説明する。この章は、法的枠組みの発展に伴って進化し続ける、メタバースにおける主要な法的問題の概要を提供することを目的としている。	○	Metaverse: Concept, Content and Context. Springer, Cham (First Online: 14 February 2023)	2023年2月14日	Springer Link
6	Yifei Kang (Nanchang University)	Study on Value Improving Strategy to Digital Collection Empowered by Meta-verse	デジタルコレクションの課題を分析しながら、ブランド構築の最適化、著作権保護の強化、資産管理の維持などを活用してデジタルコレクションの発展を促進することを提案する。	△	Highlights in Business, Economics and Management Vol. 3 (2023)	2022年4月	4th International Conference on Management Science and Innovative Education (MSIE 2022)

7	Haihan Duan 等 (The Chinese University of Hong)	Metaverse for Social Good: A University Campus Prototype	ソーシャルグッド のための代表的な アプリケーション に焦点を当てて、 インフラストラク チャ、インタラク ション、エコシス テムを含む3層の メタバーサアーキ テクチャをマクロ の観点から提案す る。	×	MM '21: Proceedings of the 29th ACM International Conference on Multimedia	2021 年 10 月	ACM Journals
8	Kening Zhu (City University of Hong Kong)	Virtual reality and augmented reality for education: panel	さまざまなレベル の教育における AR 及び VR テクノ ロジーの応用に焦 点を当てる。	×	SA '16: SIGGRAPH ASIA 2016 Symposium on Education: Talks	2016 年 11 月	Association for Computing Machinery

6. 韓国

韓国の研究者が発表した論文¹⁴を下記に示す。

図表 2-25 韓国の研究者が発表した論文

項 番	著者	論文タイトル	概要	関 連 性	文献名、頁、(年 月)	発 行 日	発行元
1	Won-Bin Kim (Lsware Inc,)	A Study on the Copyright Management Platform for the Virtual Performance Asset Copyright Management and License Contracting in the Metaverse Environment	メタバース環境 における仮想公 演に使用される 作品の著作権を 管理し、著作権 のライセンス契 約を行い、契約 に応じて著作権 利益を分配する ことができるプ ラットフォーム を設計する。	△	HCI International 2023 Posters pp 215-218, Conference paper, First Online: 09 July 2023	2023 年 7 月 9 日	HCI International 2023 Posters
2	Kyoung-Shin Park 梨花女子大学 法学専門大学 院兼任教授	Protection of Intellectual Property Rights for Automotive Designs in the Metaverse	メタバースにお ける自動車デザ インの知的財産 権の保護の範囲 と制限に取組、 適切な保護のた めの措置を提案 する。韓国意匠 保護法に基づく 画像デザインの 定義と画像デザ インの実施範囲 の改正は、メタ バースにおける 自動車デザイン を効果的に保護 するために必要 である。	○	Journal of Digital Contents Society, Vol. 24, No. 4, pp. 701-712, Apr. 2023	2023 年 4 月	デジタルコン テンツ学会論 文誌

¹⁴ 掲載の URL(上から順)

1. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-36004-6_29

2. <http://journal.dcs.or.kr/xml/36514/36514.pdf>

3. <https://www.dbpia.co.kr/Journal/articleDetail?nodeId=NODE11332585>

4. <https://koreascience.kr/article/JAKO202134234751537.pdf>

5. <http://koreascience.or.kr/article/JAKO202128054627798.page>

6. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S000368701730282X>

7. <https://synapse.koreamed.org/articles/1149257>

3	Joo-Eon Jeon (Anyang University)	The Effects of User Experience-Based Design Innovativeness on User? Metaverse Platform Channel Relationships in South Korea	ユーザーエクスペリエンススペースのデザインの革新性 (UXBDI) は、ユーザーエクスペリエンスを満足させる製品デザインとサービスの斬新さを特徴としている。この調査では、メタバースプラットフォームの UXBDI がユーザーとメタバースプラットフォームの関係に及ぼす影響を調査した。	×	流通科学研究学術ジャーナル 流通科学研究第19巻第11号 2021.11 81 - 90 (10 ページ)	2021年11月	ジャーナル情報 韓国流通科学会
4	Jeon Ju Hyun (Chungang University)	A Study on Education Utilizing Metaverse for Effective Communication in a Convergence Subject	メタバース時代における効果的な遠隔教育のあり方を提案する。	×	Broadcasting and Communication Vol.13 No.4 129-134 (2021)	2021年10日	International Journal of Internet
5	Kim, Gokmi (延南大学動物飼育学科), Jeon, Ju Hyun (中央大学ダビンチ一般教育学部)	A Study on the Copyright Survey for Design Protection in Metaverse Period	本研究は、メタバース時代におけるデザイン著作権保護の手法を提示し、創作物の保護を通じて文化を発展させることを目的とする。	○	International journal of advanced smart convergence Volume 10 Issue 3 / Pages. 181-186 / 2021	2021年9月30年	The Institute of Internet, Broadcasting and Communication
6	Hyun K. Kim 他 (Pohang University of Science and Technology)	Virtual reality sickness questionnaire (VRSQ): Motion sickness measurement index in a virtual reality environment	仮想現実 (VR) 環境における乗り物酔い測定指標を開発することを目的として、従来からシミュレータ酔いの測定に用いられてきたシミュレータ酔いアンケート (SSQ) を使用した。	×	Applied Ergonomics Volume 69, May 2018, Pages 66-73	2018年5月	ScienceDirect

7	Yong Mi Kim 他 (Ulsan College of Medicine)	The Effect of Virtual Reality Training on Unilateral Spatial Neglect in Stroke Patients	脳卒中患者の片 側空間無視に対 する仮想現実ト レーニングの効 果を調査するこ とも目的として いる。	×	Annals of Rehabilitation Medicine 2011; 35(3): 309- 315.	2011 年 6 月 30 日	Korean medical journals
---	--	---	---	---	--	--------------------------	-------------------------------

7. 参照論文

比較的最近の各国の論文で、今調査の目的に合致しており、論文本体が公開されている、本調査にとって有用な論文について、その論文が参照している論文を調査した。

有用な論文の論旨を辿る上で、参照先の論文も有用な資料となりうる。

(1) 論文（日本 4）の参照論文

論文（日本 4）：関 真也「メタバースにおけるオブジェクトのデザイン保護と創作活動への影響：意匠法及び不正競争防止法 2 条 1 項 3 号を中心に」が参照している論文¹⁵を下記に示す。

図表 2-26 論文（日本 4）の参照論文

項番	著者	国	論文タイトル	概要	関連性	文献名、頁	発行日	発行元
1	関 真也	日本	アパレルデザインの不正競争防止法 2 条 1 項 3 号による保護	アパレル産業の発展のためには「流行」との関係性を踏まえて不正競争防止法 2 条 1 項 3 号による保護の範囲を画することが重要であると考え、同号の中でも客観的な保護範囲を画する需要な案件である実質的同一性に焦点を当て、需要者基準、先行者基準及び後行者基準という異なるアプローチの関係性を分析した上で、「流行」の生成プロセスを踏まえた実質的同一性の解釈を検討した。	△	特許研究 PATENT STUDIES No. 68	2019 年 9 月	独立行政 法人工業 所有権情 報・研修 館

(2) 論文（米国 2）の参照論文

論文（米国 2）：Maria Kalyvaki (Minnesota State University) 「 Navigating the Metaverse Business and Legal Challenges: Intellectual Property, Privacy, and Jurisdiction」が参照している論文¹⁶を下記に示す。

¹⁵ 掲載の URL

<https://www.inpit.go.jp/content/100868553.pdf>

¹⁶ 掲載の URL(上から順)

1. <https://blr.flaw.uniba.sk/index.php/BLR/article/view/316>

2. <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/idea60&div=15&id=&page=>

3. https://link.springer.com/chapter/10.1057/9781137453662_1

4. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-642-20823-2_7

5. <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=23d75290b6f7616b14a033fe16d1931094d93f8d>

6. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0040162507001023>

7. https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/sd.2007.05623kae.001/full/html?utm_campaign=Emerald_Strategy_PPV_November22_RoN

図表 2-27 論文（米国 2）の参照論文

項 番	著者	国	論文タイトル	概要	関 連 性	文献名、頁	発 行 日	発行元
1	V. Furashev, D. Zhuravlov, O. Dniprovska, Kostenko, D. Zhuravlov DSc, and O. Dniprovska	ウクライナ	Genesis of Legal Regulation Web and the Model of the Electronic Jurisdiction of the Metaverse	本稿では、Web 1.0、Web 2.0 からの情報及びインターネットデータの送信における公共電子リソースの世界システムの進化から現れる、広報活動の便宜性と法的規制の必要性の問題に対する科学的見解とアプローチの変化を検証する。	△	Bratislava Law Rev., vol. 6, no. 2, pp. 21-36.	2022 年 12 月 30 日	Bratislava Law Rev
2	A. Greenberg	米国	Protecting Virtual Things: Patentability of Artificial Intelligence Technology for the Internet of Things	本稿では、AI-IoT 技術が特許の形で知的財産保護を享受できるかどうか、そしてそのような特許が AI-IoT イノベーションの状況にどのような影響を与えるかを考察する。	△	IDEA Law Rev. Franklin Pierce Cent. Intellectual Prop., vol. 60.	2020 年	HeinOnline
3	H. Snee, C. Hine, Y. Morey S. Roberts, and H. Watson	英国	Digital Methods as Mainstream Methodology: An Introduction	本稿は、デジタル手法を利用して現代の社会生活のあらゆる側面に関わることへの幅広い調査である。	△	" in Digital Methods for Social Science, Palgrave Macmillan UK, pp. 1-11.	2016 年	Springer Link
4	K. Cornelius	ドイツ	Responsibility under Criminal Law in Virtual Worlds	仮想世界の確立により、サイバー犯罪との戦いを調整する圧力が高まる。一般に認められている「不正義の核心」(Unrechtskerne) を発展させるためには、この調整に続いて、さまざまな（国内、超国家、国際）レベルで国家国際社会の更なる努力が続けられなければならない。	△	in Virtual Worlds and Criminality, Springer, Berlin, Heidelberg, pp. 95-119.	2011 年 1 月	Springer Link

8. <https://academic.oup.com/oxrep/article-abstract/23/4/529/483807?login=false>

9. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/B9780123694768500208>

10. <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/scripted1&div=22&id=&page=>

項 番	著者	国	論文タイトル	概要	関 連 性	文献名、頁	発 行 日	発行元
5	S. Yong, H.-Y. Moon, Y. Sohn, and M. Fernandes	韓 国	A Survey of Security issues in Collaborative Virtual Environment	本稿では、共同仮想環境（CVE）システムとCVEにおけるセキュリティ問題について調査し、CVEの代表的なアプリケーションとその特徴から抽出した主要なセキュリティ要件を提案し、その要件に対するセキュリティソリューションを紹介する。	△	Ijcsns, vol. 8, no. 1, pp. 14-19	2008 年 1 月	IJCSNS
6	S. Papagiannidis, M. Bourlakis, and F. Li	米 国	Making real money in virtual worlds: MMORPGs and emerging business opportunities , challenges and ethical implications in metaverses	Second Life のビジネスチャンスと課題について議論し、その結果として生じる企業の社会的責任への影響を、倫理的及び政策関連のものに焦点を当てて検討する。これにより、体系的に取り組む必要がある重要な研究課題を特定する。	△	Technol. Forecast. Soc. Change, vol. 75, no. 5, pp. 610-622.	2008 年 6 月	Sciencedirect
7	J. Goldsmith	英 国	Who Controls the Internet? Illusions of a Borderless World	国境のないものは実際には政府、国際法、文化的、政治的要因によって形成され、非常に国境があり、グローバル化のような他のテーマ自体が問題を抱え、疑わしいものになると主張	△	Strateg. Dir., vol. 23, no. 11, pp. 44-50.	2007 年 10 月	emerald insight
8	D. S. Siegel and M. Wright	英 国	Intellectual property: The assessment	既存の機関、特に大学は、知的財産を保護し、知的財産ポートフォリオから追加の収益を生み出す方法を考案することに積極的で、この傾向は政策に重要な影響を及ぼしている。それらを要約し、これらを評価するための背景を提供する	△	Oxford Rev. Econ. Policy	2007 年 1 月	Oxford Academic

項 番	著者	国	論文タイトル	概要	関 連 性	文献名、頁	発 行 日	発行元
9	G. Stobbs	米 国	The Digital Millennium Copyright Act	「デジタルミレニアム著作権法」この法律は、技術的手段の回避に関する特定の違反を定義しています。デジタルミレニアム著作権法は、米国著作権法で保護されている作品に適用される。	△	Multimedia Security Technologi es for Digital Rights Management 2006, Pages 457- 482	2006 年	Sciencedi rect
10	N. J. Gervassis	英 国	From Laws for Cyberspace to Cyber Laws (Literally): Integration of Legal Norms into Internet Protocols & Law for Closed Digital Management Communities	サイバースペース法からサイバー法へ：法的規範のインターネットプロトコルへの統合と閉鎖的なデジタル管理コミュニティのための法律	△	SCRIPT-ed, vol. 1, no. 2, pp. 259-271.	2004 年 6 月	SCRIPT-ed

(3) 論文（欧州 1）の参照論文

論文（欧州 1）：Mezei, Péter and Chawla Arora, Gunjan（リトアニア）「Copyright and Metaverse」が参照している論文¹⁷を下記に示す。

図表 2-28 論文（欧州 1）の参照論文

項番	著者	国	論文タイトル	概要	関連性	文献名、頁	発行日	発行元
1	Michaela MacDonald (Queen Mary University of London)	英国	The Intersection between IP and the Metaverse: Preliminary Observations	知的財産権は、メタバースの開発と展開において極めて重要な役割を果たす。規制に関しては、デジタル資産の性質と所有権、及びユーザーの権利全般が、メタバースが繁栄するために非常に重要になる。	○	Queen Mary Law Research Paper No. 397/2023	2023 年 1 月 26 日	SSRN (Social Science Research Network)
2	Avery Bertagna (Texas Tech University)	米国	Accountability in the Metaverse: The Need for a Notice and Take Down System Under Section 230	メタバース内での問題の急激な増加を避けるために、デジタルミレニアム著作権法（DMCA）のような通知及び削除システムを第 230 条に含める必要がある。このシステムでは、プラットフォームが問題のあるコンテンツを削除した後、適時に削除することが求められる。	○	—	2023 年 3 月 2 日	SSRN (Social Science Research Network)
3	Vimu Ram Kale Kale (Sinhgad Institute of Management)	インド	Non-Fungible Tokens (NFT's): The Future of Digital Collectibles	ビットコインや著作権と比較した NFT の概念、及びその運用と技術的要素を検討することを目的とし、暗号資産に関してインドの法制度が持つ可能性と困難だけでなく、その運用に影響を与える法的危険性を調査することを試みている。	△	—	2022 年 7 月 25 日	SSRN (Social Science Research Network)

¹⁷ 掲載の URL(上から順)

1. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4338884

2. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4367006

3. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4166708

4. <https://arxiv.org/abs/2105.07447>

5. https://www.wipo.int/edocs/mdocs/enforcement/en/wipo_ace_15/wipo_ace_15_4-executive_summary1.pdf

6. https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2022/02/article_0002.html

項 番	著者	国	論文タイトル	概要	関 連 性	文 献 名、 頁	発 行 日	発行元
4	Qin Wang (Cornell University) 他	米国	Non-Fungible Token (NFT): Overview, Evaluation, Opportunities and Challenges	NFT エコシステムをいくつかの側面から調査する。最先端の NFT ソリューションの概要から始めて、その技術コンポーネント、プロトコル、規格、及び望ましい特性を提供する。その後、設計モデル、機会、課題の観点についてディスカッションしながら、セキュリティの進化について説明する。	×	Computer Science > Cryptography and Security	2021 年 10 月 25 日	Cornell University
5	Gaetano Dimita (Queen Mary University of London)	英国	COPYRIGHT INFRINGEMENT IN THE VIDEO GAME INDUSTRY - EXECUTIVE SUMMARY	他のメディア、ライブイベント、パフォーマンスの統合により、デジタル製品としてのビデオゲームから、デジタル製品としてのビデオゲームへの概念の変化も目の当たりにしている。著作権の観点から見ると、ビデオゲーム業界のビジネスモデルにおけるこうした根本的な変化には、これまでとは異なるさまざまな法執行戦略が必要である。	△	Advisory Committee on Enforcement Fifteenth Session	2022 年 8 月 31 日	WIPO (World Intellectual Property Organization)
6	Andy Ramos, Partner at Pérez-Llorca, Madrid, Spain	スペイン	The metaverse, NFTs and IP rights: to regulate or not to regulate?	メタバースや NFT (代替不可能なトークン) を通じた世界的な変革が予測されており、これらのイノベーションに適応するための新しい規制が緊急に必要なかどうかという問題への関心が高まっている。これに関しメタバースは法律に適応すべきかについて述べる。	○	WIPO Magazine	2022 年 6 月	WIPO (World Intellectual Property Organization)

(4) 論文 (欧州 3) の参照論文

論文 (欧州 3): Timur Latypov (Westminster International University) (英国)

「How Copyright Can Be Regulated in the Metaverse? Whether the Current Law and Enforcement Instruments of the UK and EU Apply to the Metaverse」が参照している論文¹⁸を下記に示す。

¹⁸ 掲載の URL(上から順)

1. <https://medium.com/meta-verses/the-seven-rules-of-the-metaverse-7d4e06fa864c>
2. <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=9232e4d0-596b-4de3-bf5c-15c127d59427>
3. <https://repository.law.uic.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1516&context=ripl>

図表 2-29 論文（欧州 3）の参照論文

項 番	著者	国	論文タイトル	概要	関 連 性	文 献 名、 頁	発 行 日	発行元
1	Tony Parisi	米国	The Seven Rules of the Metaverse	最大多数のための最大善を意図したメタバースを構築するという目標に全員の注目を集めるという意図を持って、いくつかの明確化と指導が必要である。ここでは、メタバースを構成する7つのルールを紹介する。これにより進行中の作業を指示し、進捗状況を評価することができる。	△	Metaverse s23 October 2021	2022年10月23日	Medium
2	Palmer BL-J	英国	‘Copyright in the Metaverse	著作権は、創造性を奨励、保護し、報いることを目的とする。メタバースは物理世界の制約から自由で、創造的な表現のためのユニークな機会も提供できる。一見、両者の目的は一致しているように見える。本稿では、メタバースで著作権が果たす役割を検討し、権利所有者が仮想世界でどのように著作権を保護できるかを検討する。	○	LEXOLOGY 6.10.2022	2022年10月6日	LEXOLOGY
3	Lacity M, Mullins JK and Kuai L	米国	UIC REVIEW of INTELLECTUAL PROPERTY LAW IF the METAVERSE IS BUILT, WILL COPYRIGHT CHALLENGES COME?	本稿では、メタバースが著作権法に対して提起する問題として、既存の著作権の枠組みを適用できるか、それとも新しいルールが必要かで、著者は、種々のテクノロジーを融合しているにもかかわらず、メタバースでは著作権法の根本的な変更を必要とすべきではないと主張している。既存の著作権規則は、開発の初期段階では、メタバース上の著作権問題を規制する可能性がある。	○	21 UIC REV. INTELL. PROP. L. 215 (2022)	2022年	UIC REV. INTELL

(5) 論文（欧州 4）の参照論文

論文（欧州 4）：Roberto García 他（Universitat de Lleida）（スペイン）「Semantics and Non-Fungible Tokens for Copyright Management on the Metaverse and Beyond」が参照している論文¹⁹を下記に示す。

¹⁹ 掲載の URL(上から順)

1. <https://doi.org/10.1145/3474085.3479238>

2. <https://ieeexplore.ieee.org/document/9292296>

3. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0306437908000926?via%3Dihub>

図表 2-30 論文（欧州 4）の参照論文

項番	著者	国	論文タイトル	概要	関連性	文献名、頁	発行日	発行元
1	Haihan Duan (The Chinese University of Hong Kong & Shenzhen Institute of Artificial Intelligence and Robotics for Society) 他	中国	Metaverse for Social Good: A University Campus Prototype	学界ではメタバースの開発を科学的に導くための議論はほとんどない。このホワイトペーパーでは、ソーシャルグッドのための代表的なアプリケーションに焦点を当てる。次に、インフラストラクチャ、インタラクション、エコシステムを含む 3 層のメタバースアーキテクチャをマクロの観点から提案する。	×	Proceedings of the 29th ACM International Conference on Multimedia October 2021, Pages 153	2021 年 10 月 17 日	Association for Computing Machinery New York NY United States
2	Robert Alexandru Dobre (Politehnica University of Bucharest)	ルーマニア	Blockchain-Based Image Copyright Protection System using JPEG Resistant Digital Signature	著作権侵害を検出及び回避するために使用できるシステムを提案する。このシステムを写真家は自分の写真を登録するために使用でき、企業は使用したい画像が著作権で保護されているかどうかを確認するために使用できる。	△	International Symposium for Design and Technology of Electronics Packages (SIITME)	2020 年 10 月 21 日	IEEE

-
4. <https://www.nowpublishers.com/article/Details/RBE-0006>
 5. <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3492803>
 6. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fbloc.2021.564551/full>
 7. <https://ieeexplore.ieee.org/document/8466786>
 8. <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3475799>
 9. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-15-7078-0_43
 10. <https://ieeexplore.ieee.org/xpl/conhome/8744142/proceeding>

項 番	著者	国	論文タイトル	概要	関連性	文献名、頁	発行日	発行元
3	Roberto García (Universitat de Lleida, Jaume II, 69 Lleida, Spain)	スペイン	Content value chains modelling using a copyright ontology	創作ライフサイクルのすべての段階に対応するために、著作権法に対応したフレームワークと豊富な創作モデルを提供する。バリューチェーンの動的な側面は、オントロジーベースのメカニズムとルールベースのメカニズムを組み合わせたハイブリッドアプローチを使用してモデル化される。	△	Information Systems, Volume 35, Issue 4, June 2010, Pages 483-495	2010年	ScienceDirect
4	Nassim N. Taleb (ニューヨーク大学)	米国	The Skin In The Game Heuristic for Protection Against Tail Events	他者に害を及ぼす可能性のある行為に関与する人は誰でも、たとえ確率論的に見ても、状況に関係なく、何らかの損害にさらされる必要があるという、世界的かつ道徳的に強制的なヒューリスティックを提案する	△	行動経済学レビュー: Vol. 21, No. 1-2, pp.115-135 ページ	2014年 1月 15日	ナウ・パブリッシング株式会社
5	Iynkaran Natgunanathan (Deakin University)	豪州	Blockchain-Based Audio Watermarking Technique for Multimedia Copyright Protection in Distribution Networks	ブロックチェーンと透かし技術の両方の利点を組み合わせた、MDN (Multimedia Distribution Network) 向けの新しいプライバシー保護メカニズムを提案する。	△	ACM Transactions on Multimedia Computing, Communications, and Applications Volume 18 Issue 3 Article No.: 86pp 1-23	2022年 3月 4日	ACM Digital Library
6	Yann Aouidef (Paris Center for Law and Economics Laboratory) 他	フランス	Decentralized Justice: A Comparative Analysis of Blockchain Online Dispute Resolution Projects	分散型司法は、ブロックチェーン、クラウドソーシング、ゲーム理論を組み合わせ、既存の方法よりも根本的に効率的な解決システムを生み出す、オンライン紛争解決への新しいアプローチである。ここでは、分散型司法産業とそれに参加している主要企業について概説する。	△	Front. Blockchain, 16 March 2021 Sec. Blockchain for Good Volume 4 - 2021	2021年 3月	Frontiers in Blockchain

項 番	著者	国	論文タイトル	概要	関連性	文献名、頁	発行日	発行元
7	Wei Cai (The Chinese University of Hong Kong)	中国	Decentralized Applications: The Blockchain-Empowered Software System	ブロックチェーンシステムの開発を追跡し、分散型アプリケーション (dApps) の重要性とブロックチェーンの将来の価値を明らかにする。最先端の dApp を調査し、dApp の望ましい特性を満たすためのブロックチェーン開発の方向性について議論する。	×	IEEE Access (Volume: 6) pp. 53019 - 53033	2018年9月	IEEE
8	Eva Cetinic (Rudjer Boskovic Institute and Durham University)	英国	Understanding and Creating Art with AI: Review and Outlook	芸術理解のための AI 関連研究の文脈で、分類、オブジェクト検出、類似性検索、マルチモーダル表現、計算美学などのさまざまなタスクに取り組むアートワークデータセットと最近の研究の包括的な概要を紹介する。	×	ACM Transactions on Multimedia Computing, Communications, and Applications Volume 18 Issue 2	2022年2月16日	ACM Digital Library
9	(TIFAC-CORE in Cyber Security, Amrita School of Engineering)	インド	Blockchain Framework for Social Media DRM Based on Secret Sharing	著作権侵害は簡単に発生するため、コンテンツの独創性と信頼性の保護は簡素化されるべきである。この論文では、IPFS、最新の分散ファイルストレージシステム、及び秘密共有スキームを使用してソーシャルメディアコンテンツを保護するための、スマートコントラクトを備えたブロックチェーンフレームワークを提案する。	○	ICTIS 2020: Information and Communication Technology for Intelligent Systems pp 451-458	2020年10月22日	International Conference on Information and Communication Technology for Intelligent Systems

項番	著者	国	論文タイトル	概要	関連性	文献名、頁	発行日	発行元
10	Yi Lucy Wang (University of Southern California)	米国	Enhancing Engagement in Token-Curated Registries via an Inflationary Mechanism	トークン所有者が実際に投票プロセスに関与し、参加するよう奨励するというシステムの課題を検討する。また、エンゲージメントを強化するための新しいトークンインフレーションメカニズムを提案する。これにより、投票参加者のみが各投票ラウンド後に事前定義された倍数ずつトークン供給が増加することを確認する。	×	2019 IEEE International Conference on Blockchain and Cryptocurrency (ICBC), 14-17 May 2019	2019年5月	IEEE

(6) 論文（中国 1）の参照論文

論文（中国 1）: Zihang Lan, Yanru Yan, Xiao Wang, Rui Fan (Macau University), Yichen Luo (Nanjing University) (中国) 「Metaverse Education's Challenge to the Copyright Fair Use System: An Empirical Analysis」が引用している論文²⁰を下記に示す。

図表 2-31 論文（中国 1）の参照論文

項番	著者	国	論文タイトル	概要	関連性	文献名、頁	発行日	発行元
1	Beijing Internet Court	中国	White Paper on the Trial of Digital Education Copyright Cases.	北京インターネット裁判所は記者会見で、「デジタル教育著作権訴訟の審理状況に関する白書」を発表した。過去4年間のデジタル教育著作権事件の裁判所の審理状況を概観して、審判員の考え方や代表的な事件を整理してまとめている。	△	デジタル教育著作権訴訟の審理状況に関する白書	2023年4月18日	Beijing Internet Court

(7) 論文（韓国 2）の参照論文

論文（韓国 2）: Kyoung-Shin Park (梨花女子大学法学専門大学院兼任教授) (韓国) 「Protection of Intellectual Property Rights for Automotive Designs in the

²⁰ 掲載の URL
https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_22753616

Metaverse」が参照している論文²¹を下記に示す。

図表 2-32 論文（韓国 2）の参照論文

項番	著者	国	論文タイトル	概要	関連性	文献名、頁	発行日	発行元
1	W. M. Ahn (弘益大学)	韓国	Reconsideration of the definition of article in the Design Protection Act	デジタル時代に入りながら、その重要性が強調されている画像デザインを法上の保護対象に正式に含める必要があり、諸外国でデザインの保護対象としている建築物や室内インテリアなどもデザインの保護対象とできるように、物性概念の基本的な見直しが必要である。	○	The Journal of Intellectual Property, Vol. 16, No. 1, pp. 67-68, March 2021	2021年3月	韓国知識財産研究院
2	Seo Jaekweon	韓国	Direction for Revision of Korean Design Protection Act according to Design Concept Enlargement-Compared with EU legal system on subject matter of design-	物品性要件から自由になったと評価される EU のデザイン制度を検討し、デザイン保護法の改正方向を提案する。特にデザインと製品の関係进行分析し、EU デザイン規制に固有の意図を把握し、物品との不可分性に基づく韓国の法体系で許容できる概念があるかどうかを検討する。	○	The Journal of Intellectual Property, Vol. 13, No. 2, pp. 39-66, June 2018.	2018年6月	韓国知識財産研究院

²¹ 掲載の URL(上から順)

1. https://www.kci.go.kr/kciportal/landing/article.kci?arti_id=ART002701598

2. https://www.kiip.re.kr/journal/view.do?bd_gb=jor&bd_cd=1&bd_item=0&po_d_gb=1&po_a_no=329

3. <https://scholar.kyobobook.co.kr/article/detail/4010037021077>

4. <https://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE01789057>

5. https://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE08767893&language=ko_KR&hasTopBanner=true

6. https://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE10552176&language=ko_KR&hasTopBanner=true

3	Park, Kyoung-Shin	韓国	The Study on IPR Issues Surrounding Uses of NFTs in Metaverse	メタバースの技術的特性を考慮した関連法の改正や、政策支援やサービス提供における明確な解釈基準の確立など、総合的な検討が必要となっている。これに関連して、メタバースでNFT化されて使用されるコンテンツの保護範囲とメタバースでの知的財産権の侵害に焦点を当てて、メタバースでのNFTの使用に関する主要な知的財産権の問題について取り上げる。	○	Science, Technology and Law, Vol. 13, No. 2, pp. 83-122, December 2022	2022年12月	忠北大学法学研究所
4	S. Y. Yoo (忠南大学)	韓国	Intellectual Property and Freedom of Speech	デザイン保護法では先行権利との調整のための規定だけを置いているだけで、表現の自由との衝突を調整するための規定を置いていない。したがって、法益刑量による表現の自由の優先的保護がなされるためには、商標法などそれぞれの法に表現の自由を前提とした商標権、著作権等の権利制限のための一般基準が提示されなければならない。	○	Public Law Journal, Vol. 12, No. 4, p. 248, December 2011	2011年12月	韓国比較工学会
5	W. O. Kim (インハ大学)	韓国	Registrability and the Criteria for Dilution Exception of a Parody Trademark	パロディな商標という点が登録適格判断に特別な考慮要素として反映されているか否かと侵害判断での混同可能性と希釈化可否判断の特例的適用基準が登録適格審査でも同様に適用できるかどうかを念頭に見て、侵害事件と違って見なければならぬなら、その理由について解明した。	△	Chungnam Law Review, Vol. 30 Mo. 3, pp. 243-278, August 2019	2019年8月	忠南大学法学研究所
6	J. U. Park (ソガン大学)	韓国	The Advertising Function of a Well-known Mark and the General Provision of Unfair Competition Prevention Act - Comments on the 'Hermes-Shy Girl Handbag' Case-	2020年の「エルメスヌンアルバッグ事件」で最高裁判所が、原告エルメスのケリーバックとバーキンバックの形に創作性のある案を追加してハンドバッグを製造・販売した被告の行為は「不正競争防止法」の「一般条項」に該当するとした判決の意味を検討する。	△	Sogang Journal of Law and Business, Vol. 22, No. 3, April 2021, pp. 35-64.	2021年4月	西江大学法学研究所

(8) 論文（韓国 5）の参照論文

論文（韓国 5）：Kim, Gokmi（延南大学動物飼育学科），Jeon, Ju Hyun（中央大学ダビンチ一般教育学部）（韓国）「A Study on the Copyright Survey for Design Protection in Metaverse Period」が参照している論文²²を下記に示す。

図表 2-33 論文（韓国 5）の参照論文

項番	著者	国	論文タイトル	概要	関連性	文献名、頁	発行日	発行元
1	SEO, SOO JEONG: RYU and JE YEON	韓国	Guide to Copyright of the Architectural Design	韓国の「著作権法」は 1957 年に制定され、20 回の改正を経て 60 年間にわたり様々な著作物の著作権を保護してきた。政府機関や民間企業、団体などは、国民が気軽に触れることができる多くの媒体を活用して「著作権保護」を推進し、国民に著作物の適正な利用を誘導し、著作権侵害を未然に防止している。	○	General Research Report	2017 年 12 月 31 日	National Hanok Center
2	パク・ジュンウ (ソガン大学)	韓国	The Advertising Function of a Well-known Mark and the General Provision of Unfair Competition Prevention Act -Comments on the 'Hermes-Shy Girl Handbag' Case-	2020 年の「エルメスヌンアルバッグ事件」で最高裁判所が、原告エルメスのケリーバックとバーキンバックの形に創作性のある案を追加してハンドバッグを製造・販売した被告の行為は「不正競争防止法」の「一般条項」に該当すると下した判決の意味を検討する。	△	法科企業 研究第 11 巻第 1 号（通巻 第 28 号）	2021 年 4 月	西江大学 法学研究 所

²² 掲載の URL(上から順)

1. https://www.auri.re.kr/gallery.es?mid=a20501000000&bid=0007&b_list=10&act=view&list_no=1227&nPage=1&vlist_no_npage=0&keyField=K&orderBy=
2. https://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE10552176&language=ko_KR&hasTopBanner=true
3. <https://www.kci.go.kr/kciportal/ci/sereArticleSearch/ciSereArtiView.kci?sereArticleSearchBean.artiId=ART002789055>

3	Shin Yuri (延世大学)	韓国	Study on Identity in Metaverse Discourse: Focusing on ZEPETO used by the Digital Native Generation.	ZEPETO の主なユーザー層が Z 世代であること、また、ZEPETO が言説具現化においてアバターを特徴としているという事実に注目し、アイデンティティの概念を用いてメタバース ZEPETO の言説特性を調査する。	×	韓国言語文化、2021 年、vol. no. 76, pp. 250-278	2021 年	韓国言語文化学会
---	------------------	----	---	--	---	--	--------	----------

第4節 メタバーズの知財と法務

1. 調査対象

メタバーズ知財と法務²³とは、メタバーズ、NFT、クリプトゲームなどで日々起きる様々なニュースについて法的な観点から情報を発信しているサイトの名前である。

野口剛史²⁴氏によって公開運営されている。

約 100 件の情報の中から、メタバーズの意匠権の観点で有用と思われる情報（○）、メタバーズの意匠権に間接的に影響する可能性があると思われる情報（△）、メタバーズ世界の今後を考える上で有用と思われる情報（×）を抽出し、一覧化した。

タイトルはサイトに記載されているものをそのまま、関連性と概要は、本調査目的から見た有用と思われる内容を記載している。

2. 調査結果

調査結果²⁵を下表に示す。

²³ <https://metaipandlaw.com/blog/>

²⁴ 米国特許弁護士（US Patent Attorney）

知財 x AI の観点からアメリカの最新情報を発信中

日本語アメリカ商標出願サービス Trademark Takumi の創設者

700 人以上の知財専門家が購読する米国知財メディアと 70 人規模の会員制コミュニティも運営

²⁵ アクセス先(上から順)

1. <https://metaipandlaw.com/nft-metaverse-ip-issue-creative-ai/>
2. <https://metaipandlaw.com/metaverse-financial-crime-risk/>
3. <https://metaipandlaw.com/metabirkin-case-how-fashion-industry-changes/>
4. <https://metaipandlaw.com/metabirkin-artistic-expression-issue/>
5. <https://metaipandlaw.com/nft-metaverse-2023-ip-issue-prediction/>
6. <https://metaipandlaw.com/metaverse-web3-digital-identity-creator-economy/>
7. <https://metaipandlaw.com/metaverse-hardware-patent-number-one-company-ranking/>
8. <https://metaipandlaw.com/how-many-users-are-in-metaverse/>
9. <https://metaipandlaw.com/metaverse-ip-infringement-how-to-enforce-rights/>
10. <https://metaipandlaw.com/fasion-metaverse-community-platform/>
11. <https://metaipandlaw.com/walmart-metaverse-roblox/>
12. <https://metaipandlaw.com/metaverse-standards-forum-benefits/>
13. <https://metaipandlaw.com/metaverse-advertisement-promotion-ip-issues/>
14. <https://metaipandlaw.com/metaverse-trademark-practice-us-vietnam/>
15. <https://metaipandlaw.com/metaverse-business-and-ip-antitrust-and-market/>
16. <https://metaipandlaw.com/metaverse-web3-business-5-key-points/>
17. <https://metaipandlaw.com/how-metaverse-change-ip-system/>
18. <https://metaipandlaw.com/metaverse-brand-protection-top10-issues/>
19. <https://metaipandlaw.com/uspto-copyright-office-study-nft-and-intellectual-property/>
20. <https://metaipandlaw.com/metaverse-wedding-and-litigation/>
21. <https://metaipandlaw.com/metaverse-era-intellectual-property/>
22. <https://metaipandlaw.com/ai-enabled-metaverse-key-to-success/>
23. <https://metaipandlaw.com/metaverse-fashion-revolution/>

図表 2-34 「メタバースの知財と法務」有用記事

項番	タイトル	公開日	関連性	キーワード	概要
1	NFT とメタバースに関する知財問題は AI によってより複雑になる	2023 年 2 月 20 日	△	AI が生成する著作物	AI が生成したコンテンツに対して知的財産権を行使することは可能か？ AI によって生成されたコンテンツに発生する権利・利用される著作権物はどうか？
2	メタバースにおける金融犯罪への対応	2023 年 2 月 15 日	△	空間運用情報犯罪防止の法律	メタバースの犯罪 マネーロンダリング ウォッシュトレード：人為的に価格を吊り上げる目的で、自分自身や協力者にアイテムを販売する行為 詐欺：何もせずに姿を消す「ラグ・プル」や、 投資した資金が戻ってこない「投資詐欺」 制裁逃れ：制裁を逃れるためにメタバースの資産利用 コードエクспロイト：スマートコントラクト（ブロックチェーン上の自己実行コード）を悪用して資金を窃取する
3	MetaBirkin 訴訟における判決はファッションとメタバースの未来をどう変えるのか？	2023 年 2 月 14 日	△	デザインの侵害	作品に潜在的な芸術的価値がある場合、NFT が芸術性を装って営利目的で作成されたかどうかで侵害を判断 エルメスのアイコンバッグ（芸術的価値がある）であるバーキンに関する商標を侵害していると判断
4	MetaBirkin 訴訟の考察：メタバーキンは「芸術的表現」ではなかったのか？	2023 年 2 月 13 日	△	芸術的表現	メタバーキンは「芸術的表現」であるとの主張は却下 リアルな「芸術的表現」の類似物と判断
5	2023 年にメタバースと NFT が知的財産保護に与える影響の見通し	2023 年 2 月 11 日	×	商標	エルメス対ロスチャイルド訴訟 地裁での判決はエルメスの勝訴。 現時点では控訴の可能性あり 芸術的価値を侵害 ナイキ v. StockX StockX の利益は、Nike の IP から得ているとの主張 芸術的価値の侵害
6	メタバースと Web3 におけるデジタル・アイデンティティとクリエイターエコノミー	2023 年 12 月 15 日	△	デジタル・アイデンティティ	議論すべきデジタル・アイデンティティは、マーケティング目的で個人やブランドに関連付けられたオンライン・デジタル・プレゼンス 「ソフト」デジタル ID と呼ばれることもある ソーシャルメディア・プロフィール、電子メール・アカウント、又はメタバースでのプレゼンスが含まれる場合もある。

項番	タイトル	公開日	関連性	キーワード	概要
7	メタバース特許のトップはどんな企業？（ヒント：メタ社ではありません）	2022 年 12 月 15 日	×	メタバース関連の特許	全体として、メタバース特許を申請した上位 20 社は 7,760 件の特許を出願し、米国企業が約 57%を占め、次いで韓国が 19%、中国が 12%、日本企業は 8%。 日本企業で言うと、トップ 10 に唯一ランクインしているのはソニーで、6 位。
8	メタバースを使っている人は数十人？有名メタバースプラットフォームはどれくらい使われているのか？	2022 年 10 月 17 日	×	メタバース市場	Decentraland メタバースが 12 億ドル以上の時価総額を持ちながら 30 人の DAU しかいないと指摘している。
9	メタバース内における知的財産侵害にどう対抗するのか？	2022 年 10 月 17 日	△	クリエイターの知的財産権保護	メタバースにおける知的財産権の行使は、メディア・プラットフォームやメタバース企業が実施する利用規約に大きく依存する。
10	メタバースはファッションコミュニティを統合するプラットフォームとなるのか？	2022 年 9 月 30 日	△	メタバース・ファッション・プラットフォーム (デザイン流通の観点)	「デジタル技術と知的生産は、ファッション業界におけるファッションデザインのパラダイム、生産プロセス、ディスプレイ方法、小売経路、ユーザー体験を革新しています。デザイナーの創造性とユーザー体験の両方の観点から、メタバースはファッション業界に無限の可能性をもたらしている。」：Yu 氏
11	ウォルマートがメタバースに参入：Roblox でサービスを開始	2022 年 9 月 30 日	×	市場	ウォルマートは 2021 年 12 月末にメタバース関連の 7 つの商標を申請した。Roblox でのサービス開始で、本格的なメタバース事業が始まるかもしれない。
12	メタバース標準化フォーラムと標準化開発組織のメリット	2022 年 9 月 15 日	×	標準化	メタバース標準化フォーラム (Metaverse Standards Forum: MSF) は「オープンなメタバースのための相互運用性標準を育成する」ことを目的とする MSF は、“プロトタイプ、ハッカソン、プラグフェスト、ツーリングプロジェクト”を通じて相互運用性を促進することを計画している。
13	メタバース上で気をつけたい懸賞、エンドースメント、知財の問題	2022 年 9 月 10 日	×	広告・販売に伴う知的財産	NFT の売却時にどの権利が譲渡されるかについて、NFT 契約において明確にすることが重要。 表示権の譲渡と、使用权の譲渡は別物

項番	タイトル	公開日	関連性	キーワード	概要
14	メタバースの人気と商標戦略：米国とベトナムにおける商標審査実務の最新情報	2022 年 9 月 1 日	×	商標	米国の場合：バーチャル関連アイテムの分類・明確化に関する問題を取り上げ、バーチャルと物理的な商品・サービスの衝突について取り上げている。 ベトナムの場合：仮想の商品・サービスに関する誤分類や曖昧な用語・説明に関するものが中心。その一方、実質審査は、バーチャル関連出願を審査するためのガイドラインが利用可能になった後、行われる可能性がある。
15	メタバースビジネスの知的財産権、独占禁止法と、国際情勢	2022 年 9 月 1 日	○	意匠の訴求「メタバースの視覚的な性質を考えると、意匠特許 (design patent) が重要な役割を果たす」	メタバースの視覚的な性質を考えると、意匠特許 (design patent) が重要な役割を果たすと思われる。メタバースに関連する工業デザインの最新動向と今後の意匠出願戦略には、次のようなものがある： ・ブランドをユーザーインターフェース (UI) や製品に結びつけ、ブランドの識別を確実にすることを検討するべき。 ・独自のプラットフォームや環境における有料コンテンツやフリーミアムコンテンツの増加 ・競合他社間の従業員の移動が増加し、他者によるデザインスタイルの採用が加速 ・一般的な Utility 特許による保護は不確実なため、意匠権保護との重ね合わせなど、別の保護戦略が必要となる可能性 ・消費者が購入前にバーチャルな世界で製品を見たり試したりする可能性
16	メタバースでビジネスをする上で法律上重要なこと 5 つ	2022 年 8 月 18 日	×	商標、著作権、特許	Web3 とメタバースの可能性と NFT 関連訴訟 メタバースガバナンスでバランスを取らなければいけない 3 つのコンセプト (アイデンティティ、アクセス、コンテンツ) メタバースにおける法的問題は現実世界と平行する ブランドの知財戦略の大切さ Web3 ベンダとの契約がビジネス成功の重要な要素になる
17	メタバースは知的財産権をどう変えるか？	2022 年 8 月 11 日	△	デザインの侵害	NFT やメタバースを想定した新規の商標出願が増えている NFT アートの著作権は著者 (発行元) に残る メタバースの成長で特許も今後伸びてくる可能性あり

項番	タイトル	公開日	関連性	キーワード	概要
18	メタバースにおけるブランドの保護：ブランドオーナーが考慮すべき課題トップ 10	2022 年 8 月 4 日	○	意匠の訴求「ファッションの世界では、デジタルコピーは製品のデザインをコピーする可能性が高く、意匠権や著作権が関係する」	1. 多くの企業にとって、現実世界での強力なブランド・ポートフォリオはメタバースでも価値があると思われる 2. 登録商標は、未登録の権利よりもメタバースにおいて行使しやすい 3. 現実世界の商品やサービスがメタバースにおける同じ商品やサービスに対してどの程度の保護を提供するかはまだ検証されていない 4. 商標は本来地域的なものだがメタバースは国境を越えた世界であり、グローバルにアクセス可能になる 5. 使用するか失うか… 6. メタバースでは侵害者の特定は難しい 7. 「取引の過程」での使用か？「ファッションの世界では、デジタルコピーは製品のデザインをコピーする可能性が高く、意匠権や著作権が関係する」 8. メタバース内の監視 9. ライセンス条項でメタバースでの使用を規定すべき 10. メタバースプラットフォームの規約や条件に気をつける
19	米国特許庁と著作権局が NFT の知的財産への影響を調査へ	2022 年 8 月 4 日	×	NFT	調査内容は、NFT の将来の応用に伴う潜在的な知的財産の課題、NFT の所有権の移転に伴う権利、ライセンス権や侵害、NFT クリエイターに与えられる潜在的な知的財産権など
20	メタバース内で結婚や裁判ができるようになる？ 政府によるメタバース活用の想定	2022 年 8 月 4 日	×	法的サービス	シンガポール政府の大臣が、法的な結婚手続きや裁判の公判、政府サービスがメタバース上で提供される日が来るかもしれないことを示唆。メタバースの活用が娯楽の枠を超え、ビジネスや政府機関のサービスまで及べば、より多くの人々が活用する「インフラ」になる可能性がある。
21	メタバース時代における知的財産のリスク、保護、管轄権、権利執行	2022/07/28	△	現実世界のデザイン	1. ブランドの保護と権利行使 2. イノベーションに伴う新しい発明の保護と権利化 3. メタバース内の著作権保護で監視が重要になってくる 4. メタバースという特殊な環境下での裁判と権利行使の難しさ

項番	タイトル	公開日	関連性	キーワード	概要
22	AI は真のメタバースを実現するために不可欠な技術	2022 年 7 月 20 日	△	AI を仮想空間の価値創造に活用（過疎化対策）	真のメタバースが実現するまでの道のりは遠い 参加者が自己組織化された様々なグループや環境の中で多様な社会・経済・娯楽・芸術活動に参加できるデジタルシミュレーションリアリティは、まだ実現されていない 目標実現に必要なもの ユーザーが簡単に行き来できる環境、 多数のワイルドで多様なメタバースシャード、 新しい場所や空間をユーザーが簡単に構築することができるツール 「メタバース過疎化」問題の解決に AI を活用
23	メタバースはファッション業界に革命をもたらすか？	2022 年 7 月 20 日	△	「フィジタル」（phygital: physical と digital を掛け合わせた造語）な服	デジタルファッションの魅力 種類やデザイン、生地、用途の制約を受けない 現実世界では不可能なほど壮大なもの 物理的な服や中古の服にはない長期的な価値 自分のアバターを配備 「フィジタル」な服 自分のデジタル表現 表現内容を意識した生活スタイルへ

第5節 ニュース記事

1. 調査概況

日本の主要なメデイのネット版を対象に、2022年1月以降の記事で、メタバースのコンテンツに関する知財権・法制度・運用制度、及び、メタバースに関するコンテンツを対象としたビジネス、そのためのメタバースコンテンツの保護、などに関する主要な記事を抽出した。

2. 調査結果

調査結果を下表に示す。なお、記事タイトルと提供元で検索可能であることから、出典は省略している。

図表 2-35 ニュース記事

項番	年月日	記事タイトル	概要	関連語句	提供元
1	2023年8月23日	大和ハウス、メタバース上に「BIM」製3D建築施設	大和ハウス工業は22日、建築の三次元(3D)モデリング技術「BIM」で作製した商業、事業施設の3Dモデルをメタバース空間で可視化する技術を開発したと発表した。	メタバース、BIM、商業・事業施設	日刊工業新聞
2	2023年8月9日	アップル、メタバース内での落書きを消せるようにする特許を申請	複合現実(MR)ヘッドセット「Apple Vision Pro」のリリースに向けて着々と準備を進めるAppleが、メタバースにおいて望ましくない落書きを消せるようにするための特許を申請した(Patently Appleが発表)。Appleはこの特許出願書の中で、アバターが他人のデジタル住宅に侵入して、スプレー塗料によって仮想的にいたずらをするという状況を仮定している。このような迷惑行為を緩和するために、被害者はその落書きを仮想的に消すことができる。	メタバース、複合現実(MR)、アバター、仮想現実(VR)	CNET Japan
3	2023年6月9日	大日印・ニュートレース提携ロボックスに仮想空間	米Roblox(ロブロックス)向けにメタバース(仮想空間)を構築するサービスを始める。仮想空間で日本のアニメや漫画、ゲームなどの知的財産権(IP)を活用	メタバース、知的財産権活用、構築	日刊工業新聞
4	2023年6月7日	改正不正競争防止法が成立 メタバース内の知財保護	インターネット上の仮想空間「メタバース」内で模倣品の販売を禁じる改正不正競争防止法など知的財産関連の六つをまとめた改正法が7日、参院本会議で全会一致で可決、成立した。	同上	産経新聞
5	2023年6月2日	日韓特許庁長官会合、審査業務でのAI活用共有 GX技術区分の理解促進	特許庁は韓国特許庁(KIPO)と日韓特許庁長官会合を開き、審査業務における人工知能(AI)活用やメタバースに関する両庁の取組	メタバース、特許庁、審査業務	日刊工業新聞

6	2023 年 3 月 10 日	メタバースでも 模倣品禁止 政府、改正法案を 決定	政府は 3 月 10 日に、インターネット上の仮想空間「メタバース」内で商品の模倣品の販売を禁じる不正競争防止法改正案を閣議決定した。デジタル時代に合わせた知的財産保護を強化する。企業のブランド戦略を後押しするため、氏名を商標として登録しやすくする商標法改正案も含め計六つを束ねた知財一括法案として今国会に提出する。	メタバース、アバター、模倣品禁止、不正競争防止法改正案、知的財産保護	産経ニュース
7	2023 年 1 月 17 日	模倣行為の差し 止め請求権、メ タバースも対象 へ 知的財産の 改正法案	政府が 23 日召集の通常国会に提出する知的財産関連の改正法案の概要が判明した。インターネット上の仮想空間「メタバース」での模倣品の販売などについても、不正競争行為の対象として差し止め請求を認める。また、創業者やデザイナーらがブランド名に使っている自分の氏名を商標登録できるようにする。同法案は不正競争防止法、商標法、特許法など 6 本の法律を改正するもの。	メタバース、不正競争防止法、商標法、特許法	朝日新聞デジタル
8	2022 年 11 月 20 日	仮想空間でも知 財権保護へ法整 備 政府、官民 会議で検討	政府はメタバース（仮想空間）における知的財産権保護に向けた法整備の検討を始める。現行法では仮想空間における商標権や意匠権などの扱いが曖昧で企業がビジネスを展開する上でリスク要因となっている。21 日にも官民連携会議を立ち上げる。	メタバース、知的財産権保護、商標権、意匠権、法整備	日本経済新聞
9	2022 年 7 月 18 日	経産省、メタバ ースの権利保護 研究会でルール 検討	経済産業省はインターネット上の三次元（3D）仮想空間「メタバース」でのコンテンツ流通を見据え、著作権などの権利保護を強化する	メタバース、著作権、権利保護	日刊工業新聞
10	2022 年 4 月 25 日	KDDI など、メ タバース運営指 針公表「実在都 市再現」住民生 活に配慮	メタバースの運営に当たっては、利用者による創造性を促す環境を用意すべきだと掲げたほか、利用者による創作物の著作権など、各種権利に関する注意点などをまとめた。	メタバース、著作権、各種権利	日刊工業新聞
11	2022 年 1 月 19 日	ウォルマート、 メタバース準備 独自の仮想通 貨・NFT 発行	売り最大手の米ウォルマートはメタバース（仮想空間）で顧客に仮想商品を販売するビジネスに備え、独自の仮想通貨と複数種の非代替性トークン（NFT）の発行を準備している。	メタバース、商品販売、NFT	日刊工業新聞

第3部 メタバースプラットフォーム等の利用規約等の調査

第1章 調査概要

第1節 調査目的

仮想空間での利用を想定した、3D モデル等のデザイン創作物の制作、利用、取引等を行うことができるメタバースプラットフォーム等の、利用規約、ガイドライン等の調査を通じて、仮想空間におけるデザイン創作物の財産的権利の保護環境の状況、実態を把握するための調査・分析を行った。

重要！！

本報告書は、上に示したように、メタバースプラットフォーム等で提示されている利用規約、ガイドライン等を素材に、仮想空間におけるデザイン創作物の財産的権利の保護環境の状況、実態を概観し、その調査・分析結果を参考資料として提示するものであり、利用規約等の内容を解説したものではなく、単に解釈の一例を整理したものです。本報告書自体を、各メタバースプラットフォーム等の利用規約等の記述内容の有無の把握や確認、調査、判断、それらの最終的な判断根拠に用いることはできません。これら記述内容の最終的な判断には、必ず、実際の、そして最新の、利用規約等をご自身で確認頂きますようお願い致します。

第2節 調査方法

10 個のメタバースプラットフォーム等について、各プラットフォームの利用規約、ガイドライン等を調査し、それらにおけるデザインコンテンツの創られ方、使われ方、その際の権利の帰属、収益の分配の状況、実態について調査・分析を行った。

第3節 調査時期

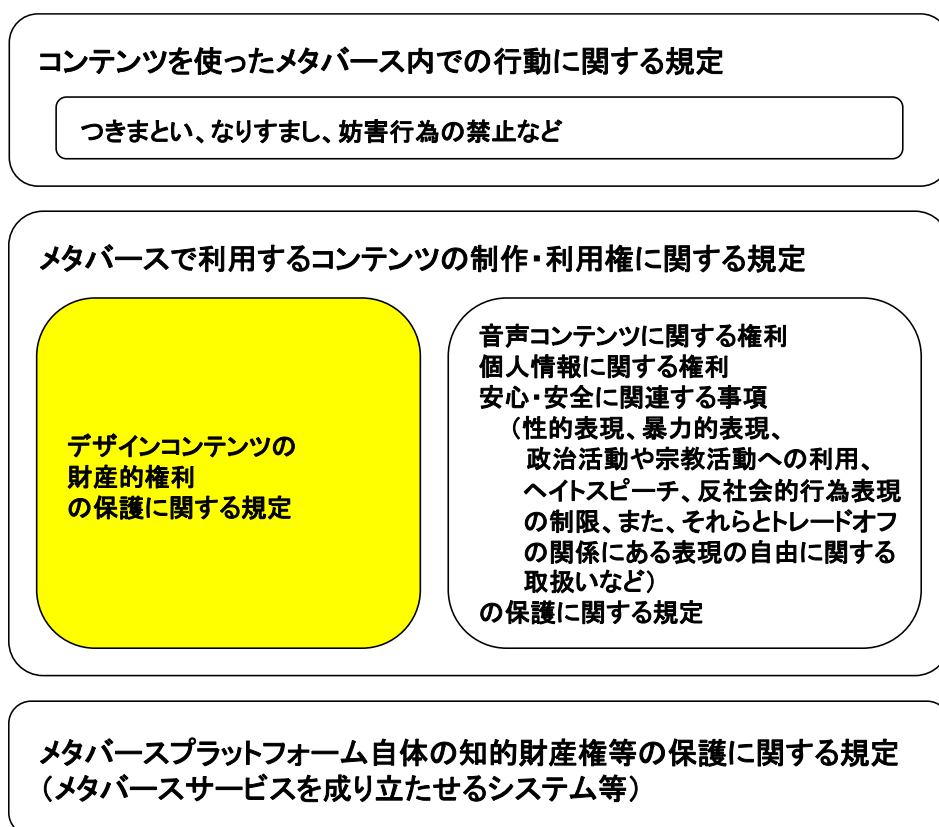
2023 年 10 月～12 月時点の調査である（調査対象のメタバースプラットフォーム毎の具体的な調査時点は、それぞれの調査結果欄に注記）。

第4節 調査の枠組み

まず、今回は、コンテンツの中でも、デザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況、実態を調査するという趣旨から、音声コンテンツに関する権利、個人情報に関する権利、安心・安全に関連する事項（性的表現、暴力的表現、政治活動や宗教活動への利用、ヘイトスピーチ、反社会的行為表現の制限、また、それらとトレードオフの関係にある表現の自由に関する取扱いなど）等に特化した規定は扱っておらず、それらがデザインに反映される場面に対する規定がある場合にのみ取り扱っている。

また、アバター等のコンテンツを使ったメタバース内での行動に関する規定（つきまとい、なりすまし、妨害行為の禁止など）、メタバースプラットフォーム自体の知的財産権等の保護に関する規定（メタバースサービスを成り立たせるソフトウェアの複製や競合サービス開発の禁止など）は対象外としている（図表 1-1）。

図表 3-1 メタバースプラットフォームの利用規約等におけるデザイン創作の保護等に関する規定の位置づけ

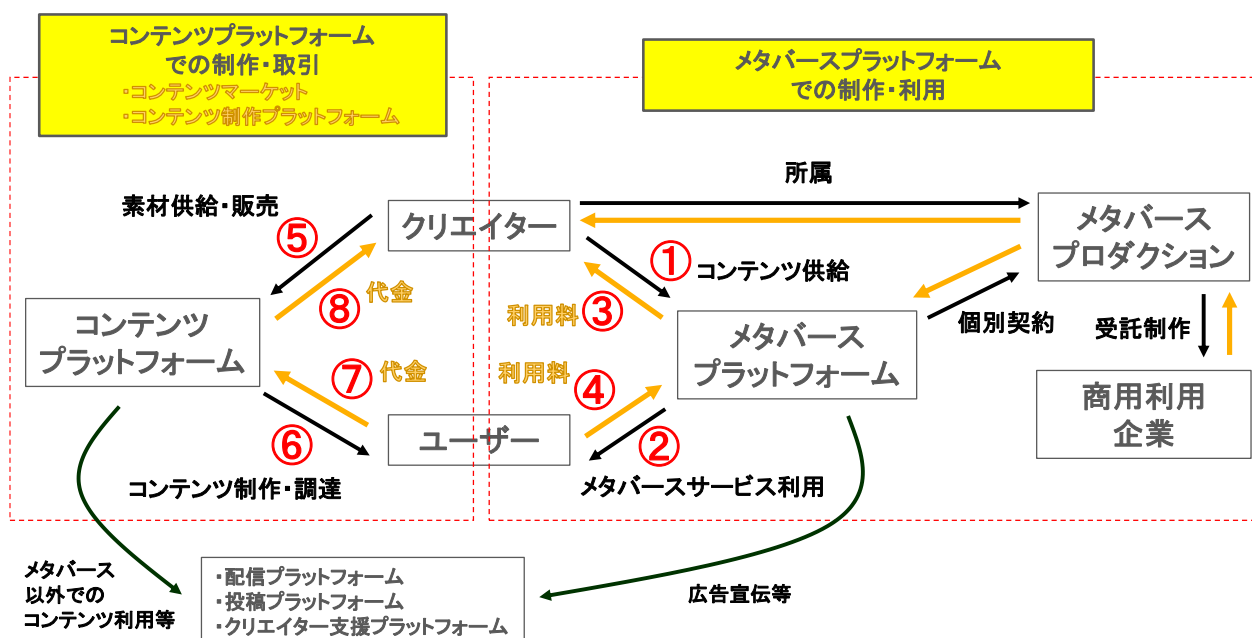


メタバースプラットフォームでの利用を想定した、デザインコンテンツの制作、利用、取引形態には、メタバースサービスを提供するメタバースプラットフォームでの制作・利用という形態だけでなく、コンテンツプラットフォームでの制作・取引＋メタバースプラットフォームでの制作・利用という形態も存在する。

コンテンツプラットフォームには、主に、コンテンツの取引を目的とするコンテンツマーケットと、コンテンツの制作ツールを提供し、そのために使う素材を供給し、コンテンツ制作環境をトータルに提供するコンテンツ制作プラットフォームとがある。

そこで、本調査研究では、メタバースプラットフォームでの制作・利用における利用規約、ガイドライン等と、コンテンツプラットフォームでの制作・取引における利用規約、ガイドライン等の調査・分析を行った。

図表 3-2 本調査研究におけるメタバースプラットフォームでの利用を想定したデザインコンテンツの利用・取引形態の捉え方



(注) ①～⑧は、調査結果において、利用規約等における個々の規定内容が該当する箇所を表す。

(注) 「クリエイター」はクリエイターである以前にそもそもメタバースサービスの「ユーザー」でもあるが、特に、メタバースで使われることが想定されるコンテンツの制作や供給に関わる役割を指すこととする。「ユーザー」は、クリエイターが創作したコンテンツを利用して、そのためにクリエイターやメタバースプラットフォーム事業者に対価を支払うなどし、メタバースプラットフォームやその中で使われるコンテンツを利用する役割をいうものとする。両者を区別しにくい場面においては単に「ユーザー」と言う。

また、メタバースプラットフォームでの利用を想定した、デザインコンテンツの制作、利用、取引状況、実態の調査・分析に当たり、個別のメタバースプラットフォーム等の用語とは別に、共通的な概念を示す用語として、以下の用語を用いた。

図表 3-3 メタバースプラットフォーム等でのデザインコンテンツの制作、利用、取引状況、実態の調査・分析で用いた共通用語

用語		定義
ユーザー		本報告書においては、「ユーザー」は、クリエイターが創作したコンテンツを利用して、そのためにクリエイターやメタバースプラットフォーム事業者に対価を支払うなどし、メタバースプラットフォームやその中で使われるコンテンツを利用する役割をいうものとする。両者を区別しにくい場面においては単に「ユーザー」と言う。
クリエイター		「クリエイター」はクリエイターである以前にそもそもメタバースサービスの「ユーザー」でもあるが、特に、メタバースで使われることが想定されるコンテンツの制作や供給に関わる役割を指すこととする。
ワールド		ユーザーやそのコミュニティ、その他の集団が、その中で仮想空間体験ができるようにした、メタバース内の個々の仮想空間のデザイン。
アバター		メタバースにおけるユーザーの分身、キャラクターであり、特有の形状やテクスチャーを持ち、メタバースの中で、ユーザーが自由に、衣装を着せたり、アクセサリーを装着させたり、移動させたり、会話、アクション、取引などの動作をさせたりできる、あるいは、それらの一部が可能なように、状態や動きの表現のための各種設定や機能を付加した、メタバース内のアバター用の 3D モデル・データセットのデザイン。
3D モデル素材		3D 形状、テクスチャーなどの 3D 構造を定義するデータや、その状態や動きの表現のための各種設定や機能のデータなどの一部又はデータセットであって、ここでは、内外のメタバースのワールドやアバターで用いられることが想定された、3D モデルの素材類を指すものとする。
アイテム		ワールドに配置する地形や構造物、植生、建材、インテリア、おもちゃ、飲食物、小道具、乗り物、動物、アバターが装着できる衣装や髪型、アクセサリー、その他の 3D モデル素材。
シーン		ワールドに配置する地形や構造物、植生、建材、インテリア、おもちゃ、飲食物、小道具、乗り物、動物などの 3D モデル素材。
アクセサリー		アバターが装着できる衣装や髪型、アクセサリーなどの 3D モデル素材。
コレクション		3D モデル素材のアート作品であって、ブロックチェーンによって管理された NFT (Non-Fungible Token、非代替性トークン) によって一意に識別されるもの。

第5節 調査対象

本調査研究では、開発・運営元の国・地域のバランスも踏まえ、図表 3-4 のようなメタバースプラットフォーム等を調査対象とした。日本、米国、欧州、韓国、中国を調査対象国・地域とし、各国・地域の代表的なメタバースプラットフォームを取り上げ、それらのメタバースプラットフォームで使われているコンテンツを流通させている主要なコンテンツプラットフォームを取り上げた²⁶。

図表 3-4 調査・分析対象としたメタバースプラットフォーム等

利用・取引形態	メタバースプラットフォーム等	運営等	URL、備考
メタバースプラットフォームでの制作・利用	cluster	開発・運営：クラスター株式会社（日本） 出資：テレビ朝日、KDDI、グローバル・ブレイン、Wright Flyer Live Entertainment	https://cluster.mu/
	VRChat	運営：VRChatk Inc.（米国）	https://hello.vrchat.com/
	Resonite (NeosVR)	開発・運営：Yellow Dog Man Studios s.r.o.（チェコ）	https://resonite.com/ (NeoVR の開発チームが、2023 年 10 月半ばくらいから移行して開発されたものとなっている)
	HoYoverse	開発：miHoYo（ミホヨ、米哈遊）（中国） 運営（グローバル事業）：COGNOSPHERE PTE. LTD.（シンガポール）	https://www.hoyoverse.com/zh-tw

²⁶ ここでは、総務省「Web3 時代に向けたメタバース等の利活用に関する研究会」第 9 回資料 MRI (2023) 「メタバースに関する動向等（利活用事例、事業者インタビュー、利用者・市場 等）」を参考に、調査対象国・地域の代表的なメタバースプラットフォームをピックアップして調査した。ただし、中国のメタバースプラットフォームについては、メタバース事業への参入を表明している大手プラットフォームであっても、海外の一般ユーザー向けにサービスを公開していなかったり、利用規約を提示していなかったりすることが多いようであり、JETRO (2023) 「中国のメタバース市場におけるプラットフォーム動向調査」を参考に、一般ユーザー向けにサービスを公開しているメタバースプラットフォームを調査し、その中から利用規約を提示しているものを選定した。

利用・取引形態	メタバースプラットフォーム等	運営等	URL、備考
	Honnverse (虹宇宙)	開発：天下秀数字科技（集団） 股份有限公司（Inmyshow Digital Technology (group) Co., Ltd.）（中国） 運営：北京五街科技有限公司（Wijie Technology Co., Ltd.）（中国）	https://apps.honnverse.cn/
	ZEPETO	開発：Snow Corporation（韓国） 運営：NAVER Z Corporation（韓国）	https://web.zepeto.me/ja
	Decentraland	開発：Ari Meilich 氏、Esteban Ordano 氏（アルゼンチン） 管理：Decentraland Foundation（米国） 運営：DAO（自律分散型組織）	https://decentraland.org/
コンテンツプラットフォームでの制作・取引	BOOTH	運営：ピクシブ株式会社（日本）	https://booth.pm/ja (BOOTH などのコンテンツマーケットでの取引で使われていることが多い標準規約の VN3 ライセンスを中心に扱った)
	Unity Asset Store	開発：Over the Edge Entertainment（デンマーク） 運営：Unity Technologies（米国）	https://assetstore.unity.com/
	MakeAvatar	開発・運営：株式会社 Gugenka（日本）	https://makeavatar.jp/

中国も調査対象国としたが、「中国国内では、海外のメタバースプラットフォーム（The Sandbox や Decentraland など）は VPN を通さないと、そのままでは接続できない」「反対に、中国の希壤 XIRANG（百度）、網易瑶台などは、原則として中国に所在していなければアプリのダウンロードができない」²⁷というように、中国のメタバースプラットフォームは、海外の一般ユーザー向けにサービスを公開していなかったり、利用規約を提示していなかったりすることが多かった。図表 3-5 に、中国の代表的なサービスプラットフォーム²⁸とそれらの利用規約等の提示状況を示す。図表 3-4 に示したように、中国については、利用規約が提示されている HoYoverse と Honnverse（虹宇宙）を調査対象とした。

図表 3-5 中国の代表的なメタバースプラットフォームと利用規約等の提示状況

メタバースプラットフォーム	運営等	利用規約等の提示状況	URL
希壤（シーラン）	開発・運営：百度 VR	×	https://vr.baidu.com/product/xirang
瑶台（ヤオタイ）	開発・運営：網易（ネットイース）	×	https://yaotai.163.com/
HoYoverse	開発：miHoYo（ミホヨ、米哈遊） 運営：COGNOSPHERE PTE. LTD.	○	https://www.hoyoverse.com/zh-tw
Honnverse（虹宇宙）	開発：天下秀数字科技（集团）股份有限公司（Inmyshow Digital Technology (group) Co., Ltd.）（中国） 運営：北京五街科技有限公司（Wijie Technology Co., Ltd.）（中国）	○	https://apps.honnverse.cn/
Soul APP	開発・運営：Shanghai Soulgate Technology Co., Ltd.	×	https://www.soulapp.cn/

²⁷ JETRO（2023）「中国のメタバース市場におけるプラットフォーム動向調査」

²⁸ ここでは、JETRO（2023）「中国のメタバース市場におけるプラットフォーム動向調査」を参考に、日本からアクセスできる一般ユーザー向けメタバースサービスを提供している主要なサービスプラットフォームをピックアップして調査した。

メタバースプラットフォーム	運営等	利用規約等の提示状況	URL
VS・work	開発・運営： Nanjing Viseko Network Technology Co., Ltd.	×	http://www.vswork.com/
DV101 星球	開発・運営：杭 州漫聯文鏈科技 有限公司と海南 超元空間網絡科 技有限公司	×	https://dv101.com/#/

第2章 調査結果

メタバースプラットフォームでの制作・利用についての調査結果は、図表 3-2 に基づき、各メタバースプラットフォームについて、図表 3-6 のような項目で取りまとめた。

図表 3-6 メタバースプラットフォームでの制作・利用に関する調査・分析項目

メタバースプラットフォームの利用とその際の権利の帰属	
① クリエイターによるコンテンツ供給	ワールドの作成
	アバターの作成
	3D モデル素材の作成
	その他、コンテンツ供給にあたっての留意点
② ユーザーによるコンテンツ利用	アバターの利用
	3D モデル素材の利用
	その他、コンテンツ利用にあたっての留意点
プラットフォームとクリエイター間の収益の分配	
③ クリエイターの収益	イベントの開催
	ワールドの提供
	アバターの販売
	3D モデル素材の販売
④ ユーザーの支出	イベントへの参加
	ワールドへの入場
	アバターの購入
	3D モデル素材の購入
紛争解決	準拠法令
	裁判管轄やそのための要件
	その他、コンテンツに関する紛争の解決手段

コンテンツプラットフォームでの制作・取引についての調査結果は、各コンテンツプラットフォームについて、図表 3-2 に基づき、図表 3-7 のような項目で取りまとめた。

図表 3-7 コンテンツプラットフォームでの制作・取引に関する調査・分析項目

コンテンツプラットフォームを利用した際の権利の帰属	⑤ クリエイターのコンテンツ供給、 コンテンツプラットフォームの介在
	⑥ ユーザーによるコンテンツ利用
プラットフォームとクリエイター間の収益の分配	⑦ コンテンツプラットフォームの収益
	⑧ クリエイターの収益
紛争解決	準拠法令
	裁判管轄やそのための要件
	その他、創作物に関する紛争の解決手段

第1節 cluster

1. 概要

- cluster は、国産の国内最大級のメタバースプラットフォームであり、アバターへの変身、ワールド周遊、3D ゲーム、コミュニティ形成と自由な交流（コミュニケーション、活動）、イベントへの参加、仮想世界の創造ができる仮想空間サービスを提供する。
- cluster 上にはユーザーによって作られたワールドが 40,000 以上あり、渋谷区公認の「バーチャル渋谷」「バーチャル原宿」、ポケモンのバーチャル遊園地「ポケモンバーチャルフェスト」などが運営されている。
- VR 機器版、PC 版、スマートフォン版が提供されている。

2. 利用規約・ガイドライン等

以下のような利用規約・ガイドライン等が示されている。

- 利用規約²⁹
- コンテンツガイドライン³⁰
- 法人利用・営利利用のガイドライン³¹
- cluster 内で撮影したスクリーンショット・映像利用のガイドライン³²
- 使い方に関するヘルプ（「詳しい使い方」）³³
- ワールド創作に関するヘルプ（「ワールドをつくる」）³⁴
- アイテム創作に関するヘルプ（「アイテムをつくる・販売する」）³⁵

²⁹ <https://help.cluster.mu/hc/ja/articles/20264186157337>

³⁰ <https://help.cluster.mu/hc/ja/articles/8939422427289-cluster-%E3%82%B3%E3%83%B3%E3%83%86%E3%83%B3%E3%83%84%E3%82%AC%E3%82%A4%E3%83%89%E3%83%A9%E3%82%A4%E3%83%B3>

³¹ <https://help.cluster.mu/hc/ja/articles/19767550213017-%E6%B3%95%E4%BA%BA%E5%88%A9%E7%94%A8-%E5%96%B6%E5%88%A9%E5%88%A9%E7%94%A8%E3%81%AE%E3%82%AC%E3%82%A4%E3%83%89%E3%83%A9%E3%82%A4%E3%83%B3>

³² <https://help.cluster.mu/hc/ja/articles/19767711353625-cluster%E5%86%85%E3%81%A7%E6%92%AE%E5%BD%B1%E3%81%97%E3%81%9F%E3%82%B9%E3%82%AF%E3%83%AA%E3%83%BC%E3%83%B3%E3%82%B7%E3%83%A7%E3%83%83%E3%83%88-%E6%98%A0%E5%83%8F%E5%88%A9%E7%94%A8%E3%81%AE%E3%82%AC%E3%82%A4%E3%83%89%E3%83%A9%E3%82%A4%E3%83%B3>

³³ <https://help.cluster.mu/hc/ja/categories/115000106631-%E8%A9%B3%E3%81%97%E3%81%84%E4%BD%BF%E3%81%84%E6%96%B9>

³⁴ <https://help.cluster.mu/hc/ja/categories/360003092992-%E3%83%AF%E3%83%BC%E3%83%AB%E3%83%89%E3%82%92%E3%81%A4%E3%81%8F%E3%82%8B>

³⁵ <https://help.cluster.mu/hc/ja/categories/9539391216409-%E3%82%A2%E3%82%A4%E3%83%86%E3%83%A0%E3%82%92%E3%81%A4%E3%81%8F%E3%82%8B-%E8%B2%A9%E5%A3%B2%E3%81%99%E3%82%8B>

- アバター創作に関するヘルプ（「アバターをつくる」）³⁶
- FAQ³⁷

3. 利用規約等に見るデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況、実態
cluster の利用とその際のデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況・実態を
まとめると図表 3-8 のようになっている³⁸。

図表 3-8 cluster におけるデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況・実態

メタバースプラットフォームの利用とその際の権利の帰属	■ クリエイターが作成したコンテンツの知的財産権は、当該クリエイターに帰属し、cluster 内での利用及び宣伝広告に必要な許諾³⁹を、プラットフォーム事業者に与え、プラットフォーム事業者又は同社が利用を許諾した第三者に対して著作権人格権を行使しないものとしている⁴⁰。 ■ クリエイターが販売のため出品したアイテムや「アバター商品」（ここでは、cluster 内で販売・購入されたアバターをいう⁴¹）については、プラットフォーム事業者が、他のユーザーに、利用の再許諾を与えることができるという規定になっている⁴²。
----------------------------	---

³⁶

<https://help.cluster.mu/hc/ja/categories/4411636965529-%E3%82%A2%E3%83%90%E3%82%BF%E3%83%BC%E3%82%92%E3%81%A4%E3%81%8F%E3%82%8B>

³⁷ <https://help.cluster.mu/hc/ja/categories/360001043832-FAQ>

³⁸ 2023 年 10 月 12 日時点

³⁹ 知的財産権のうち、いずれの権利を指すかの具体的な記載は無い。

⁴⁰ 利用規約において、「ユーザーコンテンツに関する知的財産権は、当該ユーザーコンテンツを作成したユーザーに帰属するものとします。ただし、当該ユーザーは、当社に対し、当社が当該ユーザーコンテンツを、本サービスの提供及び宣伝広告の目的で、無償で自由に利用することができる権利を許諾するものとし、当社又は当社が利用を許諾した第三者に対して著作権人格権を行使しないものとします」「当社は、本サービスと連携する他社サービスの利用等のために当該他社サービスを運営する第三者等に対してユーザーコンテンツの利用を許諾する可能性はありますが、本サービスを離れてユーザーコンテンツを第三者に使用許諾することや、ユーザーコンテンツをグッズ化すること、その他ユーザーの同意なく本サービスの提供及び宣伝広告の目的以外にユーザーコンテンツを利用することは致しません」と示されている。

⁴¹ 利用規約において、「『アバター商品』とは、ユーザーが作成しワールド内に限り利用できるものとして本サービス上で販売されるアバターを意味します」と示されている。

⁴² 利用規約において、「当社は、（中略）、当該アイテムの利用を他のユーザーに再許諾することができ、アイテム販売者は当社に対してこれを許諾します」「当社は、（中略）、当該アバター商品の利用を他のユーザーに再許諾することができ、アバター商品販売者は当社に対してこれを許諾します」と示されている。

		■ 「アイテム」とは、ユーザーが作成し、cluster のワールド内での利用に限り利用できるものとして販売されるものとしている⁴³。 ■ ストアへの公開前に、プラットフォーム側でガイドラインに準拠していない等と判断した場合、当該アイテム等を利用できないようにする等の措置をとることができる⁴⁴。 ■ cluster のワールドやイベントでは自由にスクリーンショットを撮りシェアすることができ、無料のワールドやイベントでは自由に映像を撮りシェアすることもできるものとしている⁴⁵。
① クリエイターによるコンテンツ供給	ワールドの作成	■ cluster 内でワールドを作る機能は「ワールドクラフト」と呼ばれ、ゲームエンジンの Unity などの外部アプリケーションを使用することなく作成・アップロードできる ⁴⁶ 。
	アバターの作成	■ Unity で、 cluster で利用できるアバターの制限を満たした VRM 形式のファイル ⁴⁷ を作成することで、 cluster 内で利用できるアバターを作成可能 ⁴⁸ 。

⁴³ 利用規約において、「『アイテム』とは、ユーザーが作成しワールド内に限り利用できるものとしてワールドクラフトストア及びアクセサリストア上で販売されるアイテムを意味します」と示されている。

⁴⁴ 利用規約において、「当社は、アイテムが本規約及び当社が定めるガイドライン等に違反するものと判断した場合、当該アイテムを利用できないようにする措置をとることができます」「当社は、アバター商品が本規約及び当社が定めるガイドライン等に違反するものと判断した場合、当該アバター商品を利用できないようにする措置をとることができます」と示されている。

⁴⁵ 利用規約の第 16 条の 2

⁴⁶ ワールド創作に関するヘルプに「ワールドクラフトは **cluster** 内で自分だけのワールドをつくることのできる機能です」「**Unity** などの外部アプリケーションを使用することなく、自分だけのワールドを作成・アップロードができます」と示されている。

⁴⁷ **VRM** は、株式会社ドワンゴを中心とした一般社団法人 **VRM** コンソーシアムによって開発された、3D モデルの標準ファイル形式。**gITF** をベースとして、アバターのデザインを表現するために拡張された。**gITF** は、米国の非営利団体である **Khronos** グループが開発した、**JSON** によって 3D モデルを記述する、標準ファイル形式。

⁴⁸ アバター創作に関するヘルプにおいて、「カスタムアバターの制限を満たした **VRM** ファイルを用意することで **Web** 上からアップロードできます」「このファイルフォーマットを編集するためには、**VRM** とともに提供されている **UniVRM** を使用します」と示されている。**UniVRM** は、**Unity** で **VRM** ファイルの読み書きを行うコンポーネント群。

		3D モデル素材の作成	■ 「クラフトアイテム」と呼ばれる、「ワールドクラフト」でワールド内に配置できるアイテムを、「Cluster Creator Kit」を利用して作成可能⁴⁹。 ■ アバターに装着できるアイテムであるアクセサリを、「Cluster Creator Kit」を利用して作成可能⁵⁰。
		その他、コンテンツ供給にあたっての留意点	■ オリジナリティのあるコンテンツが商品として販売されることを期待していることが謳われている⁵¹。 ■ 著作権侵害になるコンテンツの禁止を表明している⁵²。 ■ 法人による制作・販売は、法人間でのワールド制作の受託制作など、cluster で正式に提供されている機能（「V アイテム」「有料チケット」「物販機能」「アバター販売機能」など）以外の方法での、直接・間接的収益方法は原則として認めていないが、外部のコンテンツマーケットにおける販売は特別に認めている⁵³。

⁴⁹ アイテム創作に関するヘルプに「ワールドクラフトではデフォルトで cluster 公式から提供されるクラフトアイテムを利用可能ですが、自分で作ったオリジナルのクラフトアイテムもアップロードして配置することが出来るようになります」と示されている。

⁵⁰ アイテム創作に関するヘルプに「デフォルトで cluster 公式から提供されるアクセサリを装着可能ですが、自分でつくったオリジナルのアクセサリをアップロードして装着することが可能です」と示されている。

⁵¹ コンテンツガイドラインにおいて、「シンプルで特徴のない汎用コンテンツは、将来的に cluster がアプリ内の機能として提供したり、公式から無料で配布され競合となる可能性があることがあることをご了承の上、商品の登録を行ってください」「商用利用可の素材を利用する場合もそのまま転用した商品は好ましくありません。それらを加工するなど自分らしさを加えて、販売するようにしてください」と示されている。

⁵² コンテンツガイドラインにおいて、「既存コンテンツを連想させるもの（キャラクター、アイテム）」「芸能人、著名人を表現したもの」「その他許可を得ないコンテンツを使用したもの」を例示している。

⁵³ 法人利用・営利利用のガイドライン

② ユーザーによるコンテンツ利用	アバターの利用	■ 5種類あるオフィシャルアバターから選択するか、「AvatarMaker」と呼ばれる機能でオリジナルアバターを作成して使用するか、カスタムアバター（仕様に則り、自身でモデリングしたアバターや購入したアバター）をアップロードして使用することもできる⁵⁴。 ■ バーチャルライブ配信アプリ「REALITY」との連携機能を使い、「REALITY」で作成したアバターを利用することも可能⁵⁵。
	3D モデル素材の利用	■ 作成又は購入したアクセサリはメニューからいつでもどこでも使うことができる⁵⁶。
	その他、コンテンツ利用にあたっての留意点	■ 特になし。
プラットフォームとクリエイター間の収益の分配		■ ユーザーがイベントやイベントアーカイブ、ワールドのチケットを購入、あるいは、「V アイテム」又はアイテム、「アバター商品」を購入したことによるプラットフォームの売上のうち、一定割合の部分をクリエイターに払い出すことで分配している⁵⁷。 ■ 規約上、法人による制作・販売は、外部のコンテンツマーケットにおける販売は特別に認めているが、法人間でのワールド制作の受託制作などは原則として認めておらず、法人利用には、別途、事前連絡が必要と規定している⁵⁸。

⁵⁴ アバター創作に関するヘルプにおいて、「5種類あるオフィシャルアバターから選択するか、cluster 内でアバターを作成できる機能『AvatarMaker』でオリジナルアバターをつくることができます」「cluster にはユーザーが自由にモデリングしたキャラクターを自身のアバターとして使用できるカスタムアバター機能があります」と示されている。

⁵⁵ グリー株式会社のプレスリリース (<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000141.000021973.html>)

⁵⁶ アバター創作に関する ヘルプの「アクセサリとは」において示されている。

⁵⁷ アイテム創作に関するヘルプにおいて、「クリエイターが cluster 上のストアを利用してデジタルコンテンツを販売した場合、売り上げの 50%を受け取ることができる」と示されている。

⁵⁸ 法人利用・営利利用のガイドラインにおいて例示されている。

		■ そのためプラットフォーム事業者として、個別契約による法人利用のワールド制作、イベント実施支援を行っていると考えられる。実際に、バーチャルライブ、バーチャルファンイベント、バーチャルマーケット、バーチャルスタジアム、バーチャル展示場などのユースケースを示し、法人利用を提案している⁵⁹。 ■ また、クリエイターの創作活動を支援するため、cluster 上で活躍するクリエイターと法人利用企業をつなぐクラスタークリエイタージョブズ株式会社を設立している⁶⁰。
③ クリエイターの収益	イベントの開催	■ 参加有料のイベントを開催することが可能⁶¹。 ■ イベント開催中にユーザーから「V アイテム」と呼ばれる投げ銭をギフトとして得ることができる⁶²。 ■ 獲得した「V アイテム」に対して、一定の換算率で、「V ポイント」が付与される⁶³。 ■ イベントなどにおける物販コーナーで関連グッズを販売することができる（ただし、プラットフォームサービス内で情報掲示することが許されているが、物販の取引にはプラットフォームは関わらない）⁶⁴。 ■ 過去の有料イベントのアーカイブデータを有料で提供することが可能⁶⁵。

⁵⁹ クラスター株式会社の Web サイトの「法人様向けサービス」（<https://www.biz.cluster.mu/>

⁶⁰ クラスター株式会社の Web サイトの「サービス」からリンク（<https://www.cluster-creatorjobs.com/>）

⁶¹ 利用規約において、「有料イベントについて、（中略）ホスト（中略）が販売するイベントチケットを当社から購入することができます」と示されている。

⁶² 使い方に関するヘルプにおいて、「V アイテムは有償にて購入できるギフトです。V アイテムを贈るとイベントを盛り上げたりパートナープログラムによりキャストに貢献できます」と示されている。

⁶³ 使い方に関するヘルプにおいて、「V ポイントは、cluster 上でのコンテンツの売上やイベント開催中に獲得した V アイテムを基に算出・付与されるものです」と示されている。

⁶⁴ 利用規約において、「ユーザーは、（中略）、グッズ販売者が本サービス上で掲載する（中略）商品を購入することができるものとします」「商品の購入に係る契約は、本サービス上の商品購入ページに記載された内容に基づき、購入するユーザー及びグッズ販売者との間で直接成立するものとし、当社は当該契約の当事者とならないものとします」と示されている。

⁶⁵ 利用規約において、「本サービス上で有料イベント配信者が販売するアーカイブチケットを当社から購入することができます」と示されている。ただし、FAQ において、「現在 cluster ではイベントのアーカイブ提供は行っておりません。同時に YouTube 配信などが行われている場合はそちらでアーカイブ動画の視聴が可能な場合があります」と示されている。

		ワールドの提供	■ 入場有料のワールドを提供することが可能 ⁶⁶ 。
		アバターの販売	■ アバター商品の売上に対して、プラットフォーム側が自由に定める「V ポイント」が付与されることがある ⁶⁷ 。
		3D モデル素材の販売	■ 作成した「クラフトアイテム」を、「ワールドクラフトストア」と呼ばれるサービスにおいて販売することができる⁶⁸。 ■ 作成したアクセサリを、「アクセサリストア」と呼ばれるサービスにおいて販売することができる⁶⁹。 ■ 複数の単品商品をまとめたパッケージを販売することもできる⁷⁰。 ■ アイテムの売上に対して、プラットフォーム側が自由に定める「V ポイント」が付与されることがある⁷¹。 ■ 「V ポイント」: 1 ポイント=1 円として払い出し可能⁷²。
	④ ユーザーの支出	イベントへの参加	■ 有料イベントの場合、イベントのチケットをプラットフォーム事業者から購入することにより支出。 ■ イベント開催中に「V アイテム」と呼ばれる投げ銭をギフトとして主催者等に贈ることができる。

⁶⁶ 利用規約において、「有料ワールドについて、（中略）ホスト（中略）が販売するワールドチケットを当社から購入することができます」と示されている。

⁶⁷ 利用規約において、「アバター商品販売者の当社に対する（中略）許諾は無償としますが、当社は、当社の裁量で、アバター商品販売者に対して、V ポイントを付与することがあります。なお、アバター商品販売者に付与する V ポイントの有無及び数、並びに付与方法等は当社が自由に定めることができ、かつ当社が自由に変更できるものとします」と示されている。

⁶⁸ アイテム創作に関するヘルプに「自分でつくったクラフトアイテムは商品化することでワールドクラフトストアに公開し、他のユーザー向けに販売することができます」と示されている。

⁶⁹ アイテム創作に関するヘルプに「自分でつくったアクセサリは商品化することでアクセサリストアに公開し、他のユーザー向けに販売することができます」と示されている。

⁷⁰ アイテム創作に関するヘルプに「cluster 公式が提供している『サバイバルパック』『ネイチャーパック』のように、クラフトアイテムをテーマや関連性などでまとめたパッケージとして販売することも可能です」と示されている。

⁷¹ 利用規約において、「アイテム販売者の当社に対する（中略）許諾は無償としますが、当社は、当社の裁量で、アイテム販売者に対して、V ポイントを付与することがあります。なお、アイテム販売者に付与する V ポイントの有無及び数、並びに付与方法等は当社が自由に定めることができ、かつ当社が自由に変更できるものとします」と示されている。

⁷² 利用規約において、「日本国内に在住するユーザーは、当社の定める方法で当社に申請することにより、1V ポイントを 1 円として、換金を申請することができるものとします。ただし、換金申請を行うことができるのは、10,000V ポイント以上からとし、それ未満の V ポイントの換金申請を行うことはできません。」と示されている。

			■ 「V アイテム」は cluster 内の仮想通貨である「クラスターコイン」で購入可能⁷³。 ■ 「クラスターコイン」は cluster 内で購入可能⁷⁴。 ■ イベントなどにおける物販コーナーで関連グッズを購入することで支出（ただし、プラットフォームサービス内で情報掲示することが許されているが、物販の取引にはプラットフォームは関わらない）。 ■ 過去の有料イベントのアーカイブデータを視聴する場合、イベントのアーカイブのチケットをプラットフォーム事業者から購入することで支出。
		ワールドへの入場	■ 入場有料のワールドに入場する場合、ワールドのチケットをプラットフォーム事業者から購入することで支出。
		アバターの購入	■ cluster 内のアバターマーケットあるいは外部のコンテンツマーケットから購入。
		3D モデル素材の購入	■ 「ワールドクラフトストア」から、「ワールドクラフト」でワールド内に配置したい「クラフトアイテム」と呼ばれるアイテムを購入することで支出。 ■ 「アクセサリストア」から、自身のアバターに装着したいアクセサリを購入することで支出。
紛争解決	準拠法令		■ 準拠法令は日本法⁷⁵。
	裁判管轄やそのための要件		■ 利用規約に起因し又は関連する一切の紛争については、東京地方裁判所又は東京簡易裁判所を第一審の専属的合意管轄裁判所としている⁷⁶。

⁷³ 使い方に関するヘルプにおいて、「V アイテムはクラスターコインで購入できます」と示されている。

⁷⁴ 利用規約において、「ユーザーは、当社の定める方法に従って、本サービス内でクラスターコインを購入することができます」と示されている。

⁷⁵ 利用規約の第 28 条

⁷⁶ 利用規約の第 28 条

	その他、コンテンツに関する紛争の解決手段	■ ユーザーが本サービスの利用に関連して、他のユーザーあるいは第三者との間で紛争を生じた場合、直ちにその内容をプラットフォーム事業者へ通知し、ユーザーの責任において紛争を処理、報告すべきものとしている⁷⁷。 ■ ユーザーによる本サービスの利用に関連して、プラットフォーム事業者が第三者から請求を受けたときは、ユーザーがその金額を賠償すべきものとしている⁷⁸。
--	-----------------------------	--

⁷⁷ 利用規約の第 19 条

⁷⁸ 利用規約の第 19 条

第2節 VRChat

1. 概要

- VRChat は、米国産の世界最大級のメタバースプラットフォームであり、アバターへの変身、ワールド周遊、3D ゲーム、コミュニティ形成と自由な交流（コミュニケーション、活動）、イベントへの参加、仮想世界の創造ができる仮想空間サービスを提供する。
- 25,000 を超えるコミュニティがワールドを制作している。
- 米国について日本、カナダ、イギリスのユーザーが多く⁷⁹、日本サーバーも置かれている。
- VR 機器や Steam のストアからアプリをダウンロードできるようになっている。

2. 利用規約・ガイドライン等

以下のような利用規約・ガイドライン等が示されている。

- 利用規約⁸⁰
- 著作権ポリシー⁸¹
- コミュニティガイドライン⁸²
- クリエイターガイドライン⁸³
- 映像コンテンツガイドライン⁸⁴
- ユーザードキュメンテーション⁸⁵
- クリエイタードキュメンテーション⁸⁶
- サポータープログラム（VRChat Plus）の紹介⁸⁷

3. 利用規約等に見るデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況、実態

VRChat の利用とその際のデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況・実態をまとめると図表 3-9 のようになっている⁸⁸。

⁷⁹ Web サイトへのアクセス数による。

⁸⁰ <https://hello.vrchat.com/legal>

⁸¹ <https://hello.vrchat.com/copyright>

⁸² <https://hello.vrchat.com/community-guidelines>

⁸³ <https://hello.vrchat.com/creator-guidelines>

⁸⁴ <https://hello.vrchat.com/video-content-guidelines>

⁸⁵ <https://docs.vrchat.com/>

⁸⁶ <https://creators.vrchat.com/>

⁸⁷ <https://hello.vrchat.com/vrchatplus>

⁸⁸ 2023 年 11 月 2 日時点

図表 3-9 VRChat におけるデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況・実態

メタバースプラットフォームの利用とその他の権利の帰属	■ ユーザーがプラットフォームに投稿したコンテンツ（ユーザーコンテンツ）の著作権、その他の専有的な権利は元の権利者が保持したままとしている。 ■ ユーザーがコンテンツをプラットフォームに投稿すると、プラットフォームに対して、複製、フォーマット変更、保存、転送、公衆送信、利用規約で認められた二次的著作物の作成に関する、ワールドワイドの、非独占的な、取り消しできない、ロイヤリティフリーの、永久ライセンスを付与するものとしている⁸⁹。 ■ ユーザーは利用規約に反しない方法で、YouTube や Twitch などのストリーミングサービスにプラットフォームの利用状況をストリーミングすることができるものとしている（「許可されたストリーミング」）⁹⁰。 ■ 「許可されたストリーミング」以外で、プラットフォームのセキュリティ機能を回避するなどして、他のユーザーのユーザーコンテンツを無断で抽出、共有、公衆送信、複製、流通させてはならないとしている⁹¹。 ■ プラットフォーム側は、ユーザーコンテンツに関する権利を他者に譲渡することができると規定している⁹²。
① クリエイターによるコンテンツ供給	ワールドの作成 ■ 「VCC (VRChat Creator Companion)」と呼ばれる統合開発環境が公式ツールとして提供されており、「VCC」から、Unity のインストール、Unity による VRChat で使えるワールドの制作、編集、制作したワールドのアップロード、公開までの一連の管理がトータルにできるようになっている。

⁸⁹ 利用規約の第 9 条

⁹⁰ 利用規約の第 11 条

⁹¹ 利用規約の第 12 条

⁹² 利用規約の第 25 条

			■ ワールド内のインタラクティブな制御を、独自のプログラミング言語「Udon」で組むことができるようになっている⁹³。 ■ VRChat では、クリエイターが創作した仮想世界の設計モデルを「ワールド」、その設計に基づいてユーザーが実際に入場できる仮想空間サービスを「インスタンス」と区別しており、「パブリックインスタンス」と「プライベートインスタンス」の区別を設け、「プライベートインスタンス」では「パブリックインスタンス」で好ましくないとされるコンテンツ表現もある程度許容され得るとしている⁹⁴。 ■ また、モデレーターとしてルールを決め、ルールを公表し、守らないユーザーに対する制限を行い得ることを示している⁹⁵。
		アバターの作成	■ 「VCC (VRChat Creator Companion)」と呼ばれる統合開発環境が公式ツールとして提供されており、「VCC」から、Unity のインストール、Unity による VRChat で使えるアバターの制作、編集、制作したアバターのアップロード、公開までの一連の管理がトータルにできるようになっている⁹⁶。 ■ アバターについても、ワールドと同様、「パブリックインスタンス」と「プライベートインスタンス」の区別、「プライベートインスタンス」では「パブリックインスタンス」で好ましくないとされるコンテンツ表現もある程度許容され得るとしている⁹⁷。
		3D モデル素材の作成	■ アバターの素材となる 3D モデルは、Blender や Maya など任意のモデリングツールを用いてゼロから制作することもできるとしている⁹⁸。

⁹³ クリエイタードキュメンテーション

⁹⁴ コミュニティガイドライン

⁹⁵ クリエイターガイドライン

⁹⁶ クリエイタードキュメンテーション

⁹⁷ クリエイターガイドライン

⁹⁸ クリエイタードキュメンテーション

			■ あるいは、MakeAvatar、VRoid Studio、Ready Player Me⁹⁹などの外部の制作ツールを使って制作することもできると紹介している。 ■ あるいは、Unity Asset Store などの外部のコンテンツマーケットで購入して利用することもできるとしている。 ■ これらの 3D モデルは、FBX 形式でなければ FBX 形式に変換し¹⁰⁰、VRChat で利用できる制限を満たしたものにしなければならないとしている¹⁰¹。
		その他、コンテンツ供給にあたっての留意点	■ 利用規約に違反する、あるいは、好ましくない（例として、不正確、攻撃的、わいせつ、不快なもの）ユーザーコンテンツについては、プラットフォーム側の独自の判断で、事前の通知なく、削除、編集、ブロックできるものとする一方で、プラットフォーム側で積極的にそうしたコンテンツの監視を行ったり、削除等の対処を行ったりする責任を負うものではないと謳っている。 ■ 自身の所有でなく、プラットフォームにライセンスを付与する権利を有しないコンテンツは提供してはならないと規定している。 ■ 著作権、商標、特許、営業秘密などの例を挙げて、ユーザーコンテンツは、他者の権利を侵害するものであってはならないとしている。 ■ ユーザーがユーザーコンテンツをプラットフォーム上から削除した場合、削除したコピーについてのライセンスは終了する一方で、同じコンテンツの削除していないコピーについてのライセンスは継続することを明示している¹⁰²。

⁹⁹ VRChat の Web サイトからリンクされた、VRChat で使えるアバターの 3D モデルを作る Avatar Creator Systems (<https://hello.vrchat.com/avatar-systems>)

¹⁰⁰ FBX は、Autodesk 社が権利を有する、3D モデルのファイル形式。Unity で一般的に扱うファイル形式として普及している。

¹⁰¹ クリエイタードキュメンテーション

¹⁰² 利用規約の第 9 条

		■ デジタルミレニアム著作権法に則り、自身が著作権を有する創作物が許可なくプラットフォーム上に投稿された場合は、削除通知を出すことができるとしている。ただしその際に、フェアユースに該当しないかを考慮して欲しいと要請している。また、繰り返し又は明らかに著作権を侵害していると思われるユーザーのアカウントは停止するとしている¹⁰³。
② ユーザーによるコンテンツ利用	アバターの利用	■ VRChat で用意しているサンプルアバターから選択するか、ワールドで公開されているアバター変身機能でその他のアバターを使用することができる。 ■ 外部のコンテンツマーケットで購入した3D モデルを、「VCC」を介して VRChat にアップロード、又は、Unity を使って改変してアップロードして使うことができる。
	3D モデル素材の利用	■ 外部のコンテンツマーケットで購入した3D モデルは、「VCC」上で Unity に取り込んで使うことができる。
	その他、コンテンツ利用にあたっての留意点	■ プラットフォーム事業者は、予告なくサービスの全部又は一部を一時的又は恒久的に変更したり停止したりする権利を留保すること、そのためユーザーコンテンツを投稿するユーザーは、プラットフォーム上のユーザーコンテンツにアクセスできなくなってしまう可能性に備えて、ユーザーコンテンツのコピーを保持する必要があることを説明している¹⁰⁴。 ■ 規約上、13 歳以上を利用要件とし、18 歳未満の場合は利用と利用規約に対する保護者の同意が必要としている¹⁰⁵。 ■ 利用規約上、米国による経済制裁対象国からの利用を禁じている¹⁰⁶。

¹⁰³ 著作権ポリシー

¹⁰⁴ 利用規約の第 13 条

¹⁰⁵ 利用規約の第 2 条

¹⁰⁶ 利用規約の第 2 条

プラットフォームとクリエイター間の収益の分配

- 2017 年のリリース以降、ダウンロード無料で、課金要素もない状態で運営してきたためマネタイズ手法の開発が必要となっている¹⁰⁷。実際に、現在、マネタイズの検討のための求人が行われている¹⁰⁸。
- 2020 年末から、「VRChat Plus」という、VRChat に対するサポータープログラム（サブスクリプション）が導入され、月額 10 ドル程度で、ネームプレートデザインしたアイコンでカスタマイズできたり、メッセージに写真を載せられたり、お気に入りアバターのスロット数が増えたり、トラストランクが引き上げられたりなどの特典が得られるようにしている。
- 2023 年 5 月、計画として、クリエイターのファングループを作れるようにし、ユーザーは、グループに参加すると、「ロール」を購入でき、購入した「ロール」に応じて、特別な部屋への入場ができたり、特別なアイテムを入手できたりするなどの特典を得られるような、クリエイターエコノミーの仕組みを、これまでと違って、外部の Web サイト等を通じてではなく、VRChat 内の仕組みとして利用できるようにする方針であることを表明している。
- アバターの売買についても、現状では外部の Web サイト等を通じて行われる複雑な仕組みになってしまっているが、その流れを合理化したいとの将来計画を表明している。ただし、まずはグループ機能の展開を優先するとしている¹⁰⁹。
- VRChat による公式な NFT の取り扱いは、現在も将来の計画もないと明示している¹¹⁰。

¹⁰⁷ Mogura VR News 「VRChat がシリーズ C で約 10 億円を資金調達」

¹⁰⁸ VRChat の求人情報（<https://jobs.lever.co/vrchat>）で「UX/UI Designer, Monetization」職の募集を行っている。

¹⁰⁹ VRChat のクリエイターエコノミーに関する発表（<https://hello.vrchat.com/blog/creator-economy>）

¹¹⁰ クリエイターガイドライン

		■ VRChat のロゴが入ったグッズの販売がなされている¹¹¹。 ■ 利用規約上、プラットフォームの商用利用は禁止しており、商用利用には別途、プラットフォーム事業者との個別契約が必要と規定している¹¹²。 ■ そのため、プラットフォーム運営としては、個別契約を通じたマネタイズを行っていると考えられる¹¹³。 ■ ユーザーは利用規約に基づき付与された権利を譲渡・販売してはならないとしている¹¹⁴。 ■ ユーザーとクリエイターの間は、外部コンテンツマーケットを通じて売買関係が成立している。
③	クリエイターの収益	イベントの開催 ■ 「許可されたストリーミング」に伴い、ストリーミングプラットフォームで認められている収益方法（広告モデルやパートナープログラムを例示）で収益を得ることは許容されている^{115,116}。 ■ それ以外の方法でプラットフォーム上のコンテンツの映像やスクリーンショットから収益を得ることは禁じている（料金を支払った者のみがアクセスできるようにしたり、プラットフォーム上のコンテンツの知的財産のライセンスを他社に販売したりすることを例示）¹¹⁷。 ■ 利用規約上、有料イベントを開催することは許されていない¹¹⁸。

¹¹¹ VRChat の Web サイトからのリンク：MERCH (<https://vrchat.threadless.com/collections>)

¹¹² 利用規約の第 11 条

¹¹³ 例として、株式会社 Gugenka は、VRChat Inc.と法人契約を結び、公式パートナーとして、有料イベント開催、特別な広告展開、VR 空間内における外部 Web サイトへのリンク設置、それらのための契約代行等を行っている (<https://gugenka.jp/vrchat>)。

¹¹⁴ 利用規約の第 12 条

¹¹⁵ 利用規約の第 11 条

¹¹⁶ 映像コンテンツガイドライン

¹¹⁷ 映像コンテンツガイドライン

¹¹⁸ 利用規約の第 11 条

		■ 商用利用のための個別契約を結ぶなどして、有料イベントを開催しているケースもある ¹¹⁹ 。
	ワールドの提供	■ 利用規約上、ワールド制作に係る収益方法は示されておらず、クリエイターは、自身の実績や口コミ、SNS を通じて、自身でブランドを築き、ワールド制作に携わる機会を得るなどして収益を得ている ¹²⁰ 。
	アバターの販売	■ VRChat のプラットフォーム内で、アバター販売による収益方法が示されている訳ではなく、外部のコンテンツマーケットで、VRChat で使うことを想定したアバターを販売して収益を得ている ¹²¹ 。
	3D モデル素材の販売	■ VRChat のプラットフォーム内で、3D モデル素材の販売による収益方法が示されている訳ではなく、外部のコンテンツマーケットで、VRChat で使うことを想定した 3D モデル素材を販売して収益を得ている ¹²² 。
④ ユーザーの支出	イベントへの参加	■ 有料ストーリーミング配信の視聴、有料イベントのチケットの購入、応援チケットの購入などを通じて、有料イベント開催者に支出することになる。

¹¹⁹ 例として、株式会社 Gugenka と東映アニメーション株式会社は、一部入場有料の「プリキュアバーチャルワールド」を開催している (<https://gugenka.inc/precurevirtualworld>)。

¹²⁰ 例として、株式会社往来は、VRChat Inc.と法人契約を結び、公式パートナーとして、受託制作を行い、メタバースをビジネス活用したい企業とクリエイターをつなぐ役割を担っている (<http://ouraivr.com/>)。

¹²¹ 例として、VRChat の Web サイトからも公式にリンクされている外部のコンテンツマーケット MakeAvatar では、アバター制作ツール、制作したアバターの販売サイトを提供している (<https://xr-marketplace.com/makeavatar>)。

¹²² 例として、外部のコンテンツマーケット BOOTH では、VRChat で使うことを想定した 3D モデル素材が販売されている (<https://booth.pm/ja/browse/3D%E7%92%B0%E5%A2%83%E3%83%BB%E3%83%AF%E3%83%BC%E3%83%AB%E3%83%89>)。

		ワールドへの入場	■ ワールドの入場を制限した有料プライベートインスタンスへの入場などを通じて、有料インスタンス開設者に支出することになる。
		アバターの購入	■ VRChat のプラットフォームと直接つながっている訳ではないが、外部のコンテンツマーケットから購入することで、クリエイターの収益に結びついている。
		3D モデル素材の購入	■ VRChat のプラットフォームと直接つながっている訳ではないが、外部のコンテンツマーケットから購入することで、クリエイターの収益に結びついている。
紛争解決	準拠法令		■ カリフォルニア州法によるとしている¹²³。 ■ カリフォルニア州法に則り運用しているので、ユーザーの属する国・地域によっては当該プラットフォームの利用が適法でない場合もあり得るため、利用資格として、全ての適用法令上、適格であることを謳っている¹²⁴。
	裁判管轄やそのための要件		■ 一般に、裁判所での訴訟ではなく、英語による拘束力のある非公開の仲裁によって解決すると規定している。 ■ ただし、知的財産権侵害のクレームについては裁判所に訴えを提起できるとしている。 ■ 集団訴訟、代表訴訟はできないことに合意するものとしている。 ■ また、ユーザーが仲裁による紛争解決を望まない場合は、利用規約に同意した日から 30 日以内に書面で VRChat Inc.に申し出ることにより当該規定を除外できるとしている。 ■ 以上の規定が、法的強制力がないと判断された場合は、当該規定は無効となることを表明している¹²⁵。

¹²³ 利用規約の第 24 条

¹²⁴ 利用規約の第 2 条

¹²⁵ 利用規約の第 26 条

		■ 訴訟による場合の専属管轄はサンフランシスコに所在するカリフォルニア州裁判所又は連邦裁判所としている¹²⁶。
	その他、コンテンツに関する紛争の解決手段	■ ユーザーが、他のユーザーあるいは第三者との間で紛争を生じた場合は、ユーザーとその第三者との間で直接紛争を解決すべきものとしている¹²⁷。 ■ ユーザーによるプラットフォームの使用に関連して、知的財産権の侵害、その他で、プラットフォーム事業者やその役員、従業員、サプライヤー等が、第三者から請求を受けたときは、ユーザーはこれを擁護し、補償すべきものとしている¹²⁸。 ■ カリフォルニア州居住者は、州の消費者苦情窓口相談に相談できる旨、表明している¹²⁹。

¹²⁶ 利用規約の第 24 条

¹²⁷ 利用規約の第 23 条

¹²⁸ 利用規約の第 20 条

¹²⁹ 利用規約の第 29 条

第3節 Resonite

1. 概要

- Resonite は、チェコの Yellow Dog Man Studios s.r.o.によって開発された欧州産の代表的なメタバースプラットフォームであり、アバターへの変身、ワールド周遊、3D ゲーム、コミュニティ形成と自由な交流（コミュニケーション、活動）、イベントへの参加、仮想世界の創造、自由なコンテンツの共有ができる仮想空間サービスを提供する。
- 元々、チェコの Solirax CoreDev s.r.o.が開発し、運営していた NeosVR を引き継いだもので、2023 年 10 月半ばくらいからサービス開始となっている¹³⁰。
- 地面を歩く通常の歩行モード以外に、空を自由に飛び回るフライモードや、壁などとの衝突判定をすり抜けられるノークリップモードなど、移動モードの自由度が高い。プラットフォーム内で出くわした好きなアイテムを何でも自身の「インベントリー」に保存し、好きなときに取り出して使え、また、ユーザー間でアイテムを共有できる共有フォルダーがあるため、他のユーザーが作成して共有したアイテムを自由に使用できるというようにワールド内のコンテンツ利用の自由度も高い。さらに、ユーザーが PC 内で保有しているプラットフォーム外のコンテンツをプラットフォーム内に簡単にドラッグ&ドロップして持ち込め、URL も同様に貼り付け可能など、他のサービスにはない大きな自由度に特徴がある。
- Steam からアプリをダウンロードして利用するようになっている。

2. 利用規約・ガイドライン等

以下のような利用規約・ガイドライン等が示されている。

- 利用規約¹³¹
- EULA（エンドユーザーライセンス規約）¹³²
- ユーザーガイドライン¹³³

3. 利用規約等に見るデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況、実態

Resonite の利用とその際のデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況・実態をまとめると図表 3-10 のようになっている¹³⁴。

¹³⁰ メタバースの発展を支えるクリエイターのための情報メディア「メタカル最前線」によると、NeosVR 経営陣と開発者チームの間で、仮想通貨に関する開発方針に齟齬があるなどで、開発者チームが独立したプラットフォームを立てることになったようである。サービスの内容・つくりは基本的にそのまま移行し、ユーザーもほとんど移行した状況になっている。

¹³¹ <https://resonite.com/policies/TermsOfService.html>

¹³² <https://resonite.com/policies/EULA.html>

¹³³ <https://resonite.com/policies/Guidelines.html>

¹³⁴ 2023 年 12 月 14 日時点

図表 3-10 Resonite におけるデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況・実態

メタバースプラットフォームの利用とその他の権利の帰属	■ ユーザーがプラットフォームに投稿したコンテンツ（ユーザーコンテンツ）の知的財産権、その他の専有的な権利は元の権利者が保持したままとしている¹³⁵。 ■ ユーザーがコンテンツをプラットフォームに投稿すると、そのコンテンツは非機密かつ非専有なものとして扱われるとしている¹³⁶。 ■ ユーザーがコンテンツをプラットフォームに投稿すると、プラットフォームに対して、複製、フォーマット変更、保存、転送、公衆送信、使用、翻訳、引用、二次的著作物の作成、商用利用、広告利用、サブライセンス供与に関する、ワールドワイドの、非独占的な、取り消しできない、譲渡可能な、ロイヤリティフリーの、無制限な永久ライセンスを付与するものとしている。 ■ また、法律でそうした権利の放棄が禁止されていない限り、著作権人格権も放棄するものとしている¹³⁷。 ■ プラットフォーム内のコンテンツの知的財産権はプラットフォーム事業者が保有しているか、ライセンスを受けているものであり、米国及び世界中の著作権法及び商標法、その他の各種知的財産権法、不正競争防止法によって保護されているとしている。 ■ 利用規約に従うことによって、ユーザーに、サービスの使用とそれによりアクセス可能になるコンテンツのダウンロードと印刷について、非独占的な、譲渡不可の、取消可能なライセンスを付与すると規定している。
-----------------------------------	---

¹³⁵ 利用規約の第 7 条

¹³⁶ 利用規約の第 6 条

¹³⁷ 利用規約の第 2 条

	■ サービスの一部及びコンテンツは、プラットフォーム事業者による書面による事前の許諾なしに、複製、エンコード、転送、公衆送信、アップロード、集約、翻訳、販売、ライセンス供与、あるいは、いかなる形であれ商用利用することはできないとしている。 ■ 許諾を得てそのような利用をする場合、権利者はプラットフォーム事業者であることを明示しなければならないとしている¹³⁸。 ■ プラットフォーム側は、いつでもプラットフォーム側で持っている権利を他者に譲渡することができる¹³⁹と規定している。
① クリエイターによるコンテンツ供給	ワールドの作成 ■ 仮想空間内で、「エッセンシャルツール」として、モデリングツールが用意されており、素材となる 3D モデルを取り出したり、ブラシでデザインしたり、それらをワールド内に配置し、スケーリングしたり、テクスチャーを調整したり、ユーザーが掴めるかどうか、通り抜けできるかどうかを設定したりでき、仮想空間内の共同作業としてワールド制作を行えるようになっている。 ■ 外部のコンテンツマーケットで購入した 3D モデル素材を使用する場合は、3D モデル素材の利用規約に則り、他のユーザーが保存できないようにするなど適切な権限設定を行うようになっている¹⁴⁰。 ■ ワールド内のインタラクティブな制御を、独自のプログラミング言語「ProtoFlux」で組むこともできるようになっている¹⁴¹。

¹³⁸ 利用規約の第 2 条

¹³⁹ 利用規約の第 25 条

¹⁴⁰ NeosVR 日本語 Wiki の「ワールド」のサイト

(<https://neosvrjp.memo.wiki/d/%a5%ef%a1%bc%a5%eb%a5%c9>) (Resonite はサービス開始から間もないため、詳細なユーザーレファレンスが未だ整備されておらず、開発者チームが同じため、基本的に同様のつくりとなっている NeosVR のユーザーレファレンスを参照)

¹⁴¹ 開発者による投稿「Resonite is live on Steam!」(<https://www.patreon.com/Resonite>)

		アバターの作成	■ 外部のコンテンツマーケットで提供されている 3D モデル素材のアバターも、「アバタークリエイター」機能によって、比較的簡単に Resonite 用にセットアップできるようになっており、また、「メンター」と呼ばれる、ベテランのユーザーが助けを必要とする新しいユーザーをボランティアベースでサポートする文化が形成されており、そうしたイベントも開催されており、別途、クリエイターが制作に関わるというようにはなっていないと考えられる¹⁴²。
		3D モデル素材の作成	■ プラットフォーム内で「エッセンシャルツール」として提供されているモデリングツールを使って 3D モデル素材を制作できる他、Blender や Unity を使って制作した 3D モデルを使用することもできる¹⁴³。
		その他、コンテンツ供給にあたっての留意点	■ 投稿したユーザーコンテンツが複製、転送、公衆送信、使用されることを前提に、それが著作権、特許権、商標、営業秘密、著作権人格権等、第三者の権利を侵害しないことを保証すべきものとしている¹⁴⁴。 ■ 違法、詐欺的、脅迫的、嫌がらせ、有害なコンテンツなどを投稿することを禁じている。また、投稿するコンテンツは、自身が創作したもの、あるいは、権利又はコンテンツを投稿しプラットフォームに対して必要なライセンスを付与できるライセンスを得たものであることを保証すべきものとしている。また、機密情報を含まないようにすることを保証すべきとしている。 ■ ユーザーコンテンツについてはユーザーが全責任を負い、利用規約違反、第三者の知的財産権侵害、法令違反に起因する損害を補償すべきものとしている¹⁴⁵。

¹⁴² NeosVR 日本語 Wiki の「アバター作成」のページ

(<https://neosvrjp.memo.wiki/d/%a5%a2%a5%d0%a5%bf%a1%bc%ba%ee%c0%ae>)

¹⁴³ NeosVR 日本語 Wiki の「Avatar_Import」のページ

(<https://neosvrjp.memo.wiki/d/Avatar%5fImport>)

¹⁴⁴ 利用規約の第 6 条

¹⁴⁵ 利用規約の第 2 条

		■ コンテンツの複製を防止したりするためのセキュリティ機能を回避すること、著作権表示を削除することを禁じている¹⁴⁶。 ■ プラットフォーム側の独自の判断で、利用規約や法令違反を監視し、法的措置をとったり、ユーザーコンテンツへのアクセスをブロックしたり、容量が大き過ぎるコンテンツの削除を求めたりする権利を留保するが、それはプラットフォーム側の義務ではないとしている¹⁴⁷。 ■ 利用規約に違反する、あるいは、好ましくない（例として、不正確、攻撃的、わいせつ、不快なもの）ユーザーコンテンツについては、プラットフォーム側の独自の判断で、事前の通知なく、削除、編集、ブロックできるものとする一方で、プラットフォーム側で積極的にそうしたコンテンツの監視を行ったり、削除等の対処を行ったりする責任を負うものではないと謳っている。 ■ プラットフォーム上で使用されているコンテンツが、自身が保有している、あるいは、管理している著作権を侵害していると信ずる場合は、削除通知を出すことができるとしている。ただし、当該通知に重大な過失が認められた場合は損害賠償責任を負うことになるため、確信が持てない場合は弁護士に相談するように奨めている¹⁴⁸。 ■ Resonite のサーバーは、チェコ、英国、フィンランド、米国でホストされており、それらの地域にデータが転送される可能性があることに明示的に同意するものとしている¹⁴⁹。
② ユーザーによるコンテンツ利用	アバターの利用	■ チュートリアルなどで著作権フリーの状態で開催されたアバターから選んで使用することができる。

¹⁴⁶ 利用規約の第 5 条

¹⁴⁷ 利用規約の第 11 条

¹⁴⁸ 利用規約の第 13 条

¹⁴⁹ 利用規約の第 12 条

		■ 外部のコンテンツマーケットで提供されているアバターも、Resonite 用に設定されたものであれば取り込んでほぼそのまま使用することができる。 ■ 写真などをユーザーの PC からドラッグ＆ドロップして、アバター化することもできる¹⁵⁰。
	3D モデル素材の利用	■ 外部のコンテンツマーケットで購入した 3D モデルも、FBX 形式でなければ FBX 形式に変換し、「アバタークリエイター」機能によって、Resonite 用にセットアップしたり（視点の調整、動きやそのコントロールの調整など）、好みに応じて編集したりして（テクスチャーの調整やダイナミックボーン（揺れもの）の調整、シェーダー（シーン内の光源に対する陰影処理）の調整など）、使用することができる。
	その他、コンテンツ利用にあたっての留意点	■ プラットフォーム内のコンテンツは非商用目的の個人利用、及び、企業内利用を許可している¹⁵¹。 ■ プラットフォーム側でも定期的なバックアップは行うが、投稿したユーザーコンテンツやサービスを使用して作成したデータの保管責任は全てユーザー側にあり、データが棄損してもプラットフォーム側は責任を負わないことを説明している¹⁵²。 ■ 本サービスの使用やそれを通じて提供される情報の流通が適法でなかったり、何らかの登録を必要としたりする国や地域での使用は意図されておらず、そのような国・地域で使用する場合、ユーザーの責任において行うべきことを示している。

¹⁵⁰ NeosVR 日本語 Wiki の「アバター作成」のページ

(<https://neosvrjp.memo.wiki/d/%a5%a2%a5%d0%a5%bf%a1%bc%ba%ee%c0%ae>)

¹⁵¹ 利用規約の第 2 条

¹⁵² 利用規約の第 22 条

		■ また、業界固有の規制（健康保険の相互運用性と説明責任に関する法律（HIPAA）、連邦情報セキュリティ管理法（FISMA）、グラム・リーチ・ブライリー法（GLBA）を例示）に準拠するようには仕立てられていないので、対象となる用途での利用はできないとしている¹⁵³。 ■ 規約上、16 歳以上を利用要件とし、居住国・地域で成人と認められることが原則とし、未成年者の利用には、親の許可が必要としている¹⁵⁴。 ■ 規約上、米国による経済制裁対象国からの利用を禁じている¹⁵⁵。
プラットフォームとクリエイター間の収益の分配		■ 「早期アクセス」（開発途上）としてリリースされており、ユーザーは基本無料で利用できるようになっている。 ■ クリエイターのファンからの寄付を募る Patreon というクリエイター支援プラットフォームを利用しており、Resonite として、既にボランティアな有料のメンバーシップ会員を獲得している。 ■ Resonite のサービスの特徴として、「インベントリー」を自由に使える点が挙げられるが、無料で使う分では、「インベントリー」の管理などに使うストレージ容量が 1GB までとなっており、メンバーシップ会員には使えるストレージ容量を増量する等の特典が付与されている^{156,157}。 ■ 利用規約上、プラットフォームの商用利用は禁止しており、商用利用には別途、プラットフォーム事業者からの書面による許諾が必要だとしている¹⁵⁸。

¹⁵³ 利用規約の第 1 条

¹⁵⁴ 利用規約の第 3 条

¹⁵⁵ EULA の第 11 条

¹⁵⁶ Resonite の Web サイトから Patreon へのリンク（<https://www.patreon.com/Resonite>）。

¹⁵⁷ Patreon の情報を収集・蓄積して提示しているサイト Graphtreon（<https://graphtreon.com/creator/Resonite>） 立ち上げ間もないが、2000 人以上の有料会員が、月当たり 2 万ドル以上の寄付をしている。

¹⁵⁸ 利用規約の第 2 条

		■ プラットフォーム事業者としては、「パートナー」を募集しており、個別契約を通じたマネタイズを想定していると考えられる。実際に、企業がオンラインミーティング等を行う場としての用途、バーチャルライブ会場として使う用途、教育・学習用途、医療用途（一般的に、メタバースの医療用途としては、オンライン診療、デジタル治療、オンラインカンファレンス、手術等のシミュレーション・研修、見守りなどが想定される）等を提案し、「パートナー」募集を行っている¹⁵⁹。 ■ 開発途上のため、クリエイターエコノミーの形成については今後の課題となっている。 ■ 2～3 年程度を見込んだ、フルリリースに向けた開発計画として、クリエイターが創作デザインを販売できるようにする、「マーケットプレイス」機能の実装を挙げている¹⁶⁰。
③ クリエイターの収益	イベントの開催	■ 利用規約上、有料イベント開催などの収益方法は示されていない。
	ワールドの提供	■ 利用規約上、ワールド制作に係る収益方法は示されていない。
	アバターの販売	■ 利用規約上、アバター制作に係る収益方法は示されていない。 ■ 外部のコンテンツマーケットで、Resonite で使うことを想定したアバターを販売して収益を得ている¹⁶¹。
	3D モデル素材の販売	■ 外部のコンテンツマーケットで、Resonite で使うことを想定した 3D モデル素材を販売して収益を得ることが想定される ¹⁶² 。
④ ユーザーの支出	イベントへの参加	■ 利用規約上、有料イベント開催などの収益方法は示されていない。

¹⁵⁹ Resonite の Web サイトの「Case Studies」 (<https://resonite.com/CaseStudies.html>)

¹⁶⁰ Steam の Resonite のページ (<https://store.steampowered.com/app/2519830/Resonite/?l=japanese#>) の「早期アクセスにした理由」の「詳細を見る」

¹⁶¹ 例として、外部のコンテンツマーケット BOOTH では、Resonite で使うことを想定した 3D モデル素材が販売されている (<https://booth.pm/ja/browse/3D%E3%83%A2%E3%83%87%E3%83%AB?q=resonite>)

¹⁶² 参考例として、外部のコンテンツマーケット BOOTH では、NeosVR で使うことを想定した 3D モデル素材が販売されている (<https://booth.pm/ja/browse/3D%E3%83%A2%E3%83%87%E3%83%AB?q=neos>)

		ワールドへの入場	■ 利用規約上、ワールド入場に係る課金などの収益方法は示されていない。
		アバターの購入	■ 現段階では Resonite のプラットフォーム上では売買システムは提供されていない。 ■ 外部のコンテンツマーケットから購入することでクリエイターの収益に結びついている。
		3D モデル素材の購入	■ 現段階では Resonite のプラットフォーム上では売買システムは提供されていない。 ■ 外部のコンテンツマーケットから購入することでクリエイターの収益に結びつくことが考えられる。
	紛争解決	準拠法令 裁判管轄やそのための要件	■ 準拠する実体法はチェコの法令としている。 ■ 国際物品売買契約に関する国連条約（ウィーン売買条約）は適用されないとしている。 ■ EU 内に居住する消費者は、居住国の法律の保護も受けることができるとしている¹⁶³。 ■ 紛争が生じた場合は、まず最低 30 日間の非公式な交渉によって解決を図るものとし、解決しない場合は、拘束力のある仲裁によって解決すると規定している。 ■ 仲裁による場合、ストラスブールの欧州仲裁センターの規則に基づいて選任された仲裁人が仲裁手続きを行うこと、仲裁地（仲裁判断の管轄や準拠する手続法）はチェコのオストラヴァとすること、手続の言語は英語とすること、準拠する実体法はチェコ法とすることが定められている。 ■ 仲裁は、集団訴訟や代表訴訟によるのではなく個人ベースで行うべきことを示している。 ■ ただし、知的財産権の執行、保護、有効性に関する紛争や差し止めの請求については訴訟によるとしている¹⁶⁴。

¹⁶³ 利用規約の第 16 条

¹⁶⁴ 利用規約の第 17 条

		■ 訴訟による場合は、モラフスコスレスキー・クライ裁判所の非専属管轄権に服することに合意し、あるいは、チェコ又は EU 内のユーザー居住国において、利用規約に関する消費者保護の権利を求める請求を行うこともできるとしている¹⁶⁵。
	その他、コンテンツに関する紛争の解決手段	■ ユーザー間で紛争が生じた場合、極力激化しないように努力することを要請している。収まらない場合は、ワールドをアクティブにしたセッションホスト又はそのモデレーター（セッションホストが指名）が間に入って解決を図ることを要請している¹⁶⁶。 ■ ユーザーの投稿、サービスの使用、利用規約違反、知的財産権など第三者の権利侵害、他のユーザーを明らかに害する行為に関連して、プラットフォーム事業者やその役員、従業員、サプライヤー等が第三者から請求を受けたときは、ユーザーはこれを擁護し、補償すべきものとしている。 ■ カリフォルニア州居住者は、州の消費者苦情窓口相談に相談できる旨、説明している¹⁶⁷。

¹⁶⁵ 利用規約の第 16 条

¹⁶⁶ ユーザーガイドライン

¹⁶⁷ 利用規約の第 24 条

第4節 HoYoverse

1. 概要

- HoYoverse は、中国の miHoYo によって開発された中国産のメタバースプラットフォーム（ブランド）であり、「技術オタクは世界を救う」を標語に、世界中のプレイヤーに没入型の仮想世界体験を提供することを目指して、日本でも人気の3D オープンワールド・ロールプレイングゲーム「原神」「崩壊」「ゼンレスゾーンゼロ」「未定事件簿」、ライブ壁紙アプリ「N0va Desktop」などを提供している。
- miHoYo は上海に本社を置きながら、グローバル展開にも力を入れており、海外展開はシンガポールに拠点を置く COGNOSPHERE PTE. LTD.が担い、シンガポール、モントリオール、ロサンゼルス、東京、ソウルなどに展開している。
- 中国のメタバースプラットフォームは、海外の一般ユーザーがアクセスしにくくなっていたり、プラットフォームの Web サイトなどで利用規約等を提示していなかったりすることが多いが、HoYoverse は、中国のメタバースプラットフォームの中で、一般公開用サイトで利用規約等を提示している数少ないプラットフォームの一つである（図表 3-5）。

2. 利用規約・ガイドライン等

以下のような利用規約・ガイドライン等が示されている。

クリエイターの創作活動支援については、プラットフォーム全体としてではなく、タイトルごとに実施されているため、タイトルの例として、「原神」のクリエイター募集プログラムや関連する規約等を参照した。

- 利用規約¹⁶⁸
- 原神クリエイタープログラム¹⁶⁹
- 原神クリエイタープログラムのコンテストルールとプライバシーポリシー¹⁷⁰

¹⁶⁸ <https://account.hoyoverse.com/#/about/userAgreement>

利用規約には日本語のものと、英語のものや中国語のもの（簡体字、繁体字）、韓国語のもの、ベトナム語のものが提示されているが、日本語のものは全 11 条、その他のものは全 22 条となっている。ここでは、言語間で相違がある場合に優先して適用されるとされている（英語版の利用規約の第 21 条）英語版をベースとした。

なお、日本語版の利用規約において、「当社サービスまたは当社公式サイト上に掲載される、本規約と別途の規約、ポリシー、注意事項等（以下「注意事項等」といいます）も、本規約の一部を構成するものとします。本規約と注意事項等の定めに矛盾がある場合、注意事項等の定めが優先するものとします」と示されており、日本国内で作成したアカウントに基づく利用にも、結局は英語版の規定も適用されるものと考えられる。

¹⁶⁹

https://act.hoyoverse.com/puzzle/hk4e/pz_sF6awO2P_8/index.html?game_biz=hk4e_global&lang=ja-jp

¹⁷⁰ 原神クリエイタープログラムの Web ページ

https://act.hoyoverse.com/puzzle/hk4e/pz_sF6awO2P_8/index.html?game_biz=hk4e_global&lang=ja-jp の「コンテストルールとプライバシーポリシー」

- ネットワークサービスにおける著作物の利用に関するガイドライン¹⁷¹
- 二次的著作物に関するガイドライン¹⁷²

3. 利用規約等に見るデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況、実態

HoYoverse の利用とその際のデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況・実態をまとめると図表 3-11 のようになっている¹⁷³。

なお、日本語版の利用規約でのみ規定されている事項として以下の事項が挙げられる。

- ユーザーが未成年者である場合、有償購入には親権者の同意が必要であり、16 歳未満は 1 か月あたり 5,000 円まで、16 歳～19 歳は 1 か月あたり 10,000 円までに制限される。

図表 3-11 HoYoverse におけるデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況・実態

メタバースプラットフォームの利用とその際の権利の帰属	■ ユーザーがコンテンツをプラットフォームに投稿すると（プラットフォームで使う画像、映像、音楽等の他、βテストにおけるアイデアやレスポンスなどのユーザーによる制作への貢献が含まれる）、そのコンテンツは非機密かつ非専有とみなされ、プラットフォームに対して、無条件で、ワールドワイドの、譲渡可能な、ロイヤリティフリーの、取り消しできない、無制限な永久ライセンスを付与するものとしている。 ■ それによりプラットフォーム側は、例えば、ユーザーが投稿したコンテンツを、事前の通知なく、あらゆるメディアで使用し、複製、フォーマット変更、転送、公衆送信、二次的著作物の作成、ライセンス供与、販売、貸与する権利を有するものとしている。 ■ また、他のユーザーに対しても、プラットフォームのサービス上で、事前の通知や補償なく、それらのコンテンツを使用、複製、転送、二次的著作物の作成する権利を付与するものとしている。
-----------------------------------	--

¹⁷¹ <http://corp.mihoyo.co.jp/policy/guideline1.html>

¹⁷² <http://corp.mihoyo.co.jp/policy/guideline2.html>

¹⁷³ 2023 年 11 月 16 日時点

		■ また、法律でそうした権利の放棄が禁止されていない限り、著作権人格権も放棄するものとしている¹⁷⁴。 ■ ユーザーコンテンツに関するこれらの権利のライセンス供与が適用法によってできない場合でも、ユーザーはこれらの権利を明示的に放棄し、いかなる権利も主張せず、補償も求めないことに同意するものと謳っている¹⁷⁵。
① クリエイターによるコンテンツ供給	ワールドの作成	■ タイトルごとにプラットフォーム側で開発しており、外部の一般クリエイターが開発するようにはなっていない。
	アバターの作成	■ 同上
	3D モデル素材の作成	■ 同上
	その他、コンテンツ供給にあたっての留意点	■ 不適切な（違法、詐欺的、脅迫的、中傷的、わいせつ、プライバシーの侵害、第三者に有害などを例示）ユーザーコンテンツの投稿を禁止しており、それについてはユーザーが専ら責任を負うとしている。 ■ それについて、プラットフォーム側の独自の判断で、事前の通知なく削除、編集、ブロックできるものとする一方で、プラットフォーム側で積極的にそうしたコンテンツの監視を行う責任を負うものではないと謳っている。 ■ ユーザーは、投稿したコンテンツが、他のユーザーによってプラットフォーム内外で複製されることを前提に、知的財産権など、第三者のいかなる権利も侵害しないことを保証し、責任を負うものとしている¹⁷⁶。
② ユーザーによるコンテンツ利用	アバターの利用	■ タイトルごとに用意されているキャラクターを選択・編成して利用するようになっている。

¹⁷⁴ 利用規約の第 3 条

¹⁷⁵ 利用規約の第 6 条

¹⁷⁶ 利用規約の第 3 条

		3D モデル素材の利用	■ ゲーム進行やイベント報酬によって獲得したアイテムを利用するようになっている。
		その他、コンテンツ利用にあたっての留意点	■ プラットフォーム内のコンテンツを販売、貸与、ライセンス、商用利用することを禁じている。 ■ また、プラットフォーム内のコンテンツを複製、リバースエンジニアリング、その他の二次的著作物の作成を禁じている。 ■ プラットフォーム内で、ユーザーの年齢、人種、宗教によっては適切でないコンテンツに出くわす可能性があることを認識した上で、サービスを利用すべきであり、プラットフォーム側はそれに対して責任を負わないことを明示している¹⁷⁷。 ■ ユーザーが、プラットフォームのサービス利用によって、レベル、キャラクター、ゲーム内報酬、仮想通貨、その他のコンテンツを獲得したとしても、それによってユーザーはいかなる権利も得ないとし、プラットフォーム側の独自の裁量により、サービスをいつでも変更又は停止する場合があるものとしている¹⁷⁸。 ■ サービスの利用は、居住国・地域で成人と認められることが原則とし、未成年者の利用には、保護者の利用規約への同意が必要としている。その場合、未成年者は、居住国・地域の法令又はレーティングシステムに則って、保護者が作成したアカウント（規約上、アカウントの作成は成人のみ）を使ってサービスを利用するものとしている¹⁷⁹。 ■ 未成年者のサービス利用には保護者の監督を要請している¹⁸⁰。 ■ ユーザーはアカウントを譲渡・販売してはならないとしている¹⁸¹。

¹⁷⁷ 利用規約の第 2 条

¹⁷⁸ 利用規約の第 5 条

¹⁷⁹ 利用規約の第 4 条

¹⁸⁰ 利用規約の前文

¹⁸¹ 利用規約の第 1 条

		■ ユーザーは利用規約に基づき付与された権利を譲渡・販売してはならないとしている¹⁸²。
プラットフォームとクリエイター間の収益の分配		■ 現状、各タイトルは基本的に無料で遊べるようになっている。 ■ ユーザーが課金することで、アバターを好みにカスタマイズしたり、ゲームを有利に進められたりできるようになっている。 ■ ユーザーからの課金収入や HoYoverse ワールドに係る IP (著作権) 収入等を基に、クリエイターへの制作費を支出していると考えられる。 ■ タイトル本体そのものの制作とは別に、タイトルに関わるクリエイターの創作活動を支援し、クリエイターエコノミーを醸成するため、「コンテンツクリエイタープログラム」が実施され、参加し投稿を行った者に、クリエイター認定バッジの付与、原神グッズ、少額の謝礼などの特典を付与している。そのうち優秀なクリエイターには、公式クリエイターとしての認定、賞金が付与されるなどの取組が実施されている。こうしたクリエイターは、タイトルのプレイ動画の投稿、クリエイティブアート動画の投稿（コスプレ、イラスト、ハンドメイドなど）、クリエイティブアニメの投稿、ショートムービーの投稿などを担う^{183,184}。 ■ こうしたクリエイターの創作活動の環境を整備するため、個人が、各タイトルからキャプチャーした映像やスクリーンショットを利用した創作や投稿、それによる収益化、自作物に関する二次創作に対して、プラットフォーム事業者側は、著作権侵害を主張しないことを明らかにしたガイドラインを示している¹⁸⁵。

¹⁸² 利用規約の第 20 条

¹⁸³ 原神の Web サイト (2020) 「コンテンツクリエイター募集開始！」
(<https://genshin.hoyoverse.com/ja/news/detail/104564>)

¹⁸⁴ コンテストルールとプライバシーポリシー

¹⁸⁵ ネットワークサービスにおける著作物の利用に関するガイドライン、二次創作に関するガイドライン

		■ コンテンツを投稿したユーザー側には、投稿に対するいかなる対価、その他の報酬も受け取る権利がないとしている¹⁸⁶。 ■ ユーザーは、リアル通貨又はプラットフォームで購入した仮想通貨を使用して、仮想空間内で使用するコンテンツ（仮想商品）のライセンス供与を受けることができるとしている。 ■ その際、仮想商品そのものに関する権利はプラットフォーム側が保持し、仮想通貨やライセンス供与を受けた仮想商品は、換金したり、販売、貸与、サブライセンスしたりできないことを明記している。 ■ その際、プラットフォーム側の独自の裁量で、仮想通貨や仮想商品の価値に影響を与える措置をいつでも講じられることに同意するものとしている。¹⁸⁷
③ クリエイターの収益	イベントの開催	■ タイトルごとにプラットフォーム側で運営しており、外部の一般クリエイターが運営するようにはなっていない。
	ワールドの提供	■ タイトルごとにプラットフォーム側で開発しており、外部の一般クリエイターが開発するようにはなっていない。
	アバターの販売	■ 同上
	3D モデル素材の販売	■ 同上
④ ユーザーの支出	イベントへの参加	■ 各タイトルを無料でダウンロードすることで、プラットフォーム側で運営しているイベントに参加できるようになっている。
	ワールドへの入場	■ 各タイトルを無料でダウンロードすることで、それぞれの仮想世界で遊べるようになっている。
	アバターの購入	■ 同上
	3D モデル素材の購入	■ 同上

¹⁸⁶ 利用規約の第3条

¹⁸⁷ 利用規約の第7条

紛争解決	準拠法令	■ シンガポールの法令に準拠している。 ■ 国際物品売買契約に関する国連条約（ウィーン売買条約）は適用されないとしている¹⁸⁸。 ■ 利用規約がユーザーの国・地域の法令と矛盾する場合は、ユーザーの国・地域の法令が優先して適用されるとしている¹⁸⁹。
	裁判管轄やそのための要件	■ 訴訟の提起は、その原因を知ったときから 1 年以内、あるいは、原因のときから 1 年以内のどちらか早い方の期限内に請求されなければならない、期限内に請求されなかった請求については無効としている¹⁹⁰。 ■ 紛争の解決は、原則として、シンガポール国際仲裁センターに提出され、仲裁は委員会の仲裁規則に従って行われるべきものであり、その判断は両当事者を拘束するものとしている。 ■ 仲裁によるとする条項が法的拘束力を持たない場合、シンガポールにある裁判所を合意管轄としている。 ■ 上記、仲裁や訴訟において、対人管轄権の欠如、法廷地に関して不都合があるとの抗弁を放棄すべきものとしている。 ■ 紛争解決は集団訴訟又は代表訴訟によるのではなく個人ベースで行うべきことを示している¹⁹¹。 ■ 集団訴訟の権利放棄が法的に無効と判断された場合でも、集団訴訟の権利放棄の条項に拘束されることに同意するものと謳っている¹⁹²。

¹⁸⁸ 利用規約の第 19 条

¹⁸⁹ 利用規約の第 21 条

¹⁹⁰ 利用規約の第 13 条

¹⁹¹ 利用規約の第 19 条

¹⁹² 利用規約の第 18 条

	その他、コンテンツに関する紛争の解決手段	■ プラットフォーム事業者は、ユーザー間の紛争を監視したり参加したりする権利を有し、プラットフォーム側の独自の判断で、ユーザーをブロックしたりできるものとする一方で、それはプラットフォーム側の義務ではなく、専らユーザー側の責任としている¹⁹³。 ■ 利用規約違反やそのおそれがあった場合、プラットフォーム側は差し止め命令を求める請求を行うことができるが、ユーザー側は金銭賠償の請求のみ可能としている¹⁹⁴。 ■ ユーザーによるプラットフォームの使用や利用規約違反、投稿したユーザーコンテンツに関連して、プラットフォーム事業者やその役員、従業員、サプライヤー等が、請求を受けたときは、ユーザーはこれを補償し、免責すべきものとしている。 ■ プラットフォーム事業者は、合理的に制御できない事象（政府機関の行為、不可抗力を例示）による履行の遅延又は不履行に対して責任を負わないと明示している。 ■ プラットフォーム事業者側で、利用規約を他言語に翻訳することができ、英語版と他言語版の間に相違がある場合は英語版が優先されるものと規定している¹⁹⁵。
--	-----------------------------	---

¹⁹³ 利用規約の第 9 条

¹⁹⁴ 利用規約の第 11 条

¹⁹⁵ 利用規約の第 21 条

第5節 Honnverse（虹宇宙）

1. 概要

- Honnverse（虹宇宙）は、中国の天下秀数字科技（集团）股份有限公司によって開発された中国産のメタバースプラットフォームであり、中国独自のブロックチェーンを基盤とした仮想空間内で、アバターへの変身、仮想住宅での仮想生活、他のユーザーとの交流（コミュニケーション、活動）、アートなどの NFT 資産のコレクションができる^{196,197}。
- 中国のメタバースプラットフォームは、海外の一般ユーザーがアクセスしにくくなっていたり、プラットフォームの Web サイトなどで利用規約等を提示していなかったりすることが多いが、Honnverse（虹宇宙）は、中国のメタバースプラットフォームの中で、一般公開用サイトで利用規約等を提示している数少ないプラットフォームの一つである（図表 3-5）。

2. 利用規約・ガイドライン等

以下のような利用規約・ガイドライン等が示されている。

- 利用規約¹⁹⁸

3. 利用規約等に見るデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況、実態

Honnverse（虹宇宙）の利用とその際のデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況・実態をまとめると図表 3-12 のようになっている¹⁹⁹。

図表 3-12 Honnverse（虹宇宙）におけるデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況・実態

メタバースプラットフォームの利用とその際の権利の帰属	■ Honnverse（虹宇宙）内のコンテンツの著作権はプラットフォーム事業者が保有しているか、法的許可を得ているものであり、無断で複製してはならないとしている。 ■ ユーザーがプラットフォームに投稿したコンテンツを、プラットフォーム事業者が、宣伝広告の目的で、無償で使用することに同意するものとしている²⁰⁰。
----------------------------	---

¹⁹⁶ JETRO（2023）「中国のメタバース市場におけるプラットフォーム動向調査」

¹⁹⁷ 天下秀数字科技（集团）股份有限公司の Web サイト（<http://www.inmyshow.com/>）

¹⁹⁸ Honnverse（虹宇宙）の Web サイト（<https://apps.honnverse.cn/>）から「用戶协议」にリンク。

¹⁹⁹ 2023 年 11 月 16 日時点

²⁰⁰ 利用規約の第 11 条

		■ ユーザーが、プラットフォーム事業者の許可なしに、プラットフォーム内のコンテンツを録画、ライブ配信することを禁じている²⁰¹。 ■ ユーザーがプラットフォーム内でコレクションを取得したとしても、その著作権は元の権利者が保有したままであり、ユーザー自身の趣味としての収集、鑑賞、展示の目的のみに使用されるべきであり、著作権者から別途書面で権利取得しない限り、商用目的で使用することはできないとしている²⁰²。
① クリエイターによるコンテンツ供給	ワールドの作成	■ ユーザーやその交流相手が仮想空間内での活動を行う個々の世界という意味で、仮想住宅がワールドに該当すると考えられる。 ■ 利用規約等の公式情報から必ずしも明らかではないが、外部サイトにおけるユーザー体験記事等によると、ユーザーは、プラットフォーム側で制作した地区や仮想住宅のモデルから選んで使用するものと考えられ、外部の一般クリエイターが開発するようにはなっていないと考えられる²⁰³。
	アバターの作成	■ 利用規約等の公式情報から必ずしも明らかではないが、外部サイトにおけるユーザー体験記事等によると、他のユーザーに仮想キャラクター（アバター）を作成してもらうケースがあるようである²⁰⁴。

²⁰¹ 利用規約の第 6 条

²⁰² 利用規約の第 10 条

²⁰³ 知乎におけるユーザーの体験記事による（<https://zhuanlan.zhihu.com/p/451445150> 、<https://zhuanlan.zhihu.com/p/444341437> など）

²⁰⁴ 知乎におけるユーザーの体験記事による（<https://zhuanlan.zhihu.com/p/451445150> 、<https://zhuanlan.zhihu.com/p/444341437> など）

		3D モデル素材の作成	■ ユーザーが仮想空間内で獲得したりするモノという意味で、コレクションが該当すると考えられる。利用規約では、「ブロックチェーン技術を使用して一意に識別される特定のデジタル化されたアートワーク、商品（デジタル写真、音楽、ビデオ、3D モデルなどを例示）」「ブロックチェーン技術の特性に基づき、デジタルコレクションのメタデータ内の作成者、作成・アップロード日時、購入者情報、その他の情報が暗号化され、改ざんできないようにチェーンに追加される」と示されている²⁰⁵。
		その他、コンテンツ供給にあたっての留意点	■ ユーザーが投稿するコンテンツはユーザー自身の立場や意見を表明するものであって、プラットフォーム側は一切関係なく、ユーザーが全ての責任を負うとしている²⁰⁶。 ■ プラットフォーム事業者又は第三者の知的財産権を侵害する行為を禁じている。 ■ 「コンピューター情報システム安全保護規則、コンピューターソフトウェア保護規則、最高人民法院によるコンピューターネットワークにおける著作権をめぐる紛争の裁判における法律の適用に関するいくつかの問題に関する解釈、全国人民代表大会常務委員会のインターネット安全維持に関する決定、インターネット電子掲示板サービス管理規定、インターネットニュース・情報サービス管理規定、インターネットにおける著作権の行政的保護措置、情報ネットワーク上での発信権保護に関する規定」など多くの具体例を挙げ、中華人民共和国の関連法令を遵守する必要があるとしている。

²⁰⁵ 利用規約の第 10 条

²⁰⁶ 利用規約の第 11 条

			■ また、国家安全保障を危険にさらし、国家機密を漏洩し、国家権力を転覆し、国家統一を損なう行為、国家の名誉と利益を損なう行為、国の宗教政策を弱体化させ、カルトや封建的迷信を促進する行為等々を禁じている²⁰⁷。
② ユーザーによるコンテンツ利用	アバターの利用		■ 利用規約上、ユーザーは、プラットフォームのサービスを使用して、仮想キャラクターの作成ができると示されている²⁰⁸。 ■ 利用規約等の公式情報から必ずしも明らかではないが、外部サイトにおけるユーザー体験記事等によると、ユーザーは提供されたアバターを独自にカスタマイズして使用するのに加え、他のユーザーにアバターを作成してもらって使用する道があるようである²⁰⁹。
	3D モデル素材の利用		■ 利用規約上、ユーザーは、プラットフォームのサービスを使用して、仮想小道具の使用ができると示されている²¹⁰。 ■ 利用規約等の公式情報から必ずしも明らかではないが、外部サイトにおけるユーザー体験記事等によると、ユーザーは購入したコレクションを、仮想住宅に配置し、飾ることができるようである²¹¹。
	その他、コンテンツ利用にあたっての留意点		■ プラットフォーム内で使用する、仮想小道具、コレクションを第三者から購入したり、ギフトとして受け取ったりして取得することを禁じている²¹²。 ■ プラットフォーム内のコレクションは商用利用できないことに同意するものとしている²¹³。

²⁰⁷ 利用規約の第 8 条

²⁰⁸ 利用規約の第 6 条

²⁰⁹ 知乎におけるユーザーの体験記事による（<https://zhuanlan.zhihu.com/p/451445150>、<https://zhuanlan.zhihu.com/p/444341437> など）

²¹⁰ 利用規約の第 6 条

²¹¹ 知乎におけるユーザーの体験記事による（<https://zhuanlan.zhihu.com/p/451445150> など）

²¹² 利用規約の第 6 条

²¹³ 利用規約の第 11 条

			■ 利用規約違反のユーザーに対して、プラットフォーム側でアカウント停止措置をとることがあるが、その場合、その期間中、コレクション等にアクセスできなくなるがそれに同意すべきことを謳っている²¹⁴。 ■ サービスの利用が、ブロックチェーンに関する規制政策によって影響を受ける可能性があるが、それによりユーザーが損失を被ってもその責任はユーザーが負い、プラットフォーム側は負わないものとしている。 ■ プラットフォーム内で購入したコレクションは、偽造資産、違法資産、譲渡できない資産であるリスクがあり、その場合、プラットフォームはその資産を非表示にする可能性があるが、その場合でもユーザーはプラットフォーム側にそのことを理由とした請求をできないとしている²¹⁵。 ■ Honnverse（虹宇宙）は非営利目的でのみ利用できるとしている²¹⁶。 ■ 実名と有効な ID でのみ登録できるとしている。 ■ ユーザーはアカウントを譲渡・販売・貸与してはならないとしている²¹⁷。 ■ 当局が求めた場合は、ユーザーの実名、身元情報、アプリケーション関連データ（課金、使用状況、音声データなど）を提供することに同意するものとしている²¹⁸。
		プラットフォームとクリエイター間の収益の分配	■ セレブリティコミュニティと言われており、有名人が求心力となってそこにファンが引き寄せられるセレブリティエコノミーを形成しており、プラットフォーム事業者にとって仮想住宅の売上が大きいと考えられる²¹⁹。

²¹⁴ 利用規約の第 8 条

²¹⁵ 利用規約の第 10 条

²¹⁶ 利用規約の第 7 条

²¹⁷ 利用規約の第 4 条

²¹⁸ 利用規約の第 5 条

²¹⁹ 知乎におけるユーザーの体験記事による（<https://zhuanlan.zhihu.com/p/451445150>、<https://www.zhihu.com/question/499836675> など）

③ クリエイターの収益		■ コレクションの出品等を行うクリエイターは、形成されたセレブリティコミュニティに集まった住人が仮想住宅を飾るのを愉しめるようにアート作品を制作し、収益を得ることができる。
	イベントの開催	■ コレクションを取引するためのイベントが開催されており、コレクションの売上収入を得ることができる^{220,221}。
	ワールドの提供	■ 利用規約等の公式情報から必ずしも明らかではないが、外部サイトにおけるユーザー体験記事等によると、ユーザーは、プラットフォーム側で制作した地区や仮想住宅のモデルから選んで使用するものと考えられ、外部の一般クリエイターが開発するようにはなっていないと考えられる²²²。
	アバターの販売	■ 利用規約等の公式情報から必ずしも明らかではないが、外部サイトにおけるユーザー体験記事等によると、ユーザーは、他のユーザーに仮想キャラクターを作成してもらうケースがあるようであり、クリエイターに販売収益があるケースがあると考えられる²²³。
	3D モデル素材の販売	■ プラットフォームの利用規約上、コレクションを購入した際のコレクション毎の利用規約で許可されている限り、プラットフォームで実名認証を行っており、フレンドとなっている、他のユーザーに保有するコレクションを譲渡できるとしている。ただし、売主・買主の双方が 18 歳以上であることを条件としている。また、通常 24 時間以上、特別なコレクションの場合は 72 時間以上、これを保持することを条件としている。 ■ 取引の実行が開始すると取り消すことができないとしている²²⁴。

²²⁰ 利用規約の第 10 条

²²¹ Honnverse (虹宇宙) のプレスリリース記事 (<https://mp.weixin.qq.com/s/qzKiXiu1WFsT3sLG-990qg>)

²²² 知乎におけるユーザーの体験記事による (<https://zhuanlan.zhihu.com/p/451445150> 、
<https://zhuanlan.zhihu.com/p/444341437> など)

²²³ 知乎におけるユーザーの体験記事による (<https://zhuanlan.zhihu.com/p/451445150> 、
<https://zhuanlan.zhihu.com/p/444341437> など)

²²⁴ 利用規約の第 10 条

	④ ユーザーの支出	イベントへの参加	■ コレクションを取引するためのイベントが開催されており、コレクションの購入により支出を行うと考えられる。
		ワールドへの入場	■ 利用規約等の公式情報から必ずしも明らかではないが、外部サイトにおけるユーザー体験記事等によると、プラットフォーム内で仮想住宅が販売されており、ユーザーがそれを購入するようになっていると考えられる。
		アバターの購入	■ 利用規約等の公式情報から必ずしも明らかではないが、外部サイトにおけるユーザー体験記事等によると、ユーザーは、他のユーザーに仮想キャラクターを作成してもらうケースがあるようであり、その場合に支出をするケースが考えられる。
		3D モデル素材の購入	■ 利用規約上、ユーザーは、プラットフォームのサービスを使用して、モールで仮想小道具等の購入ができると示されている²²⁵。 ■ コレクションを取引するためのイベントが開催されており、コレクションの購入により支出を行うと考えられる。
	紛争解決	準拠法令	■ 中華人民共和国の法令に準拠する²²⁶。
		裁判管轄やそのための要件	■ 紛争が生じた場合は、まず交渉により解決するものとし、交渉が失敗した場合には、北京市の人民法院に提出することに同意するものとしている²²⁷。
		その他、コンテンツに関する紛争の解決手段	■ ユーザーの利用規約違反により、第三者から請求があった場合は、ユーザーが単独で責任を負い、ユーザーにはそれに伴って生じたプラットフォームの損失を補償する責任があるとしている²²⁸。

²²⁵ 利用規約の第 6 条

²²⁶ 利用規約の第 13 条

²²⁷ 利用規約の第 13 条

²²⁸ 利用規約の第 6 条

	■ ユーザーが投稿したコンテンツに対して、第三者がプラットフォームに権利侵害の通知をしたときは、ユーザーが侵害の可能性を排除するための書面による証拠を提出しない限り、プラットフォーム側で侵害の疑いのあるコンテンツを削除することに同意している²²⁹。
--	--

²²⁹ 利用規約の第 8 条

第6節 ZEPETO

1. 概要

- ZEPETO は、韓国産の代表的なメタバースプラットフォームであり、スマートフォンで利用できるメタバースアプリであり、顔認識技術などの AI 機能も使って 3D アバターを作成・カスタマイズし、自由にファッションの「コーデ」（コーディネート、着せ替え）を楽しみ、ポーズをとらせ、写真を撮り、ワールド周遊、3D ゲーム、コミュニティ形成と自由な交流（コミュニケーション、活動）、イベントへの参加、仮想世界の創造ができる仮想空間サービスを提供する。
- スマートフォンで撮った自撮り写真を半自動で「盛る」ことが（加工・合成）できる人気カメラ・アプリ SNOW から派生した、スマートフォンで利用できるメタバースアプリであり、韓国や日本、中国、インドネシア、タイなどのアジア圏を中心に人気を博し、アメリカやフランスでも利用者が拡大している。
- 作成したアバターを使って仮想空間体験ができる ZEPETO World に加え、ZEPETO Studio という、クリエイターが自由にコンテンツを制作、販売できるプラットフォームも提供しており、230 万人のクリエイターが累計 6800 万点のアイテムを販売している²³⁰。
- また、GUCCI などの高級ブランドと提携し、実際にブランドで販売しているファッションをバーチャルアイテム化して販売している²³¹。
- Google Play、AppStore でダウンロードして利用するようになっている。

2. 利用規約・ガイドライン等

以下のような利用規約・ガイドライン等が示されている。

- 利用規約^{232, 233}
- 有料サービス利用規約²³⁴
- ZEPETO 活用コンテンツ（UGC）利用ガイドライン²³⁵

²³⁰ ZEPETO Studio の Web サイト (<https://studio.zepeto.me/ja>)

²³¹ Fashion Tech News 「誰もがクリエイターになれるメタバース：ZEPETO」（2022）における NAVER Z Corporation 日本事業統括へのインタビュー (<https://fashiontechnews.zozo.com/business/zepeto>)

²³² <https://support.zepeto.me/hc/ja/articles/360047786633-%E5%88%A9%E7%94%A8%E8%A6%8F%E7%B4%84>

²³³ Web サイト上、利用規約は韓国語、日本語、インドネシア語、タイ語、英語、フランス語の翻訳版が示されている。

²³⁴ <https://support.zepeto.me/hc/ja/articles/360053434734-%E6%9C%89%E6%96%99%E3%82%B5%E3%83%BC%E3%83%93%E3%82%B9%E5%88%A9%E7%94%A8%E8%A6%8F%E7%B4%84>

²³⁵ <https://support.zepeto.me/hc/ja/articles/4414701429145-ZEPETO%E6%B4%BB%E7%94%A8%E3%82%B3%E3%83%B3%E3%83%86%E3%83%B3%E3%83%84-%E5%88%A9%E7%94%A8%E3%82%AC%E3%82%A4%E3%83%89%E3%83%A9%E3%82%A4%E3%83%B3>

- Studio 利用規約²³⁶
- 知的財産権に関する方針²³⁷
- コミュニティガイドライン²³⁸
- Studio Guide²³⁹
- ヘルプ²⁴⁰
- ZEPETO クリエイタープログラム²⁴¹

3. 利用規約等に見るデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況、実態

ZEPETO の利用とその際のデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況・実態をまとめると図表 3-13 のようになっている²⁴²。

図表 3-13 ZEPETO におけるデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況・実態

メタバースプラットフォームの利用とその際の権利の帰属	■ プラットフォーム事業者が提供する IP コンテンツの著作権、商標権、デザイン権、トレードドレス²⁴³、特許権、その他の知的財産権はプラットフォーム事業者にあるとしている。 ■ プラットフォーム事業者は、ユーザーが、プラットフォーム事業者が定めたガイドラインに基づき、プラットフォーム事業者のコンテンツを利用してユーザーコンテンツ²⁴⁴を制作し、保存、公衆送信することができるようにする、限定的かつ非独占的であって回収可能なライセンスを付与するとしている。
----------------------------	--

²³⁶ <https://studio.zepeto.me/ja/terms>

²³⁷ <https://support.zepeto.me/hc/ja/articles/6152555915417-%E7%9F%A5%E7%9A%84%E8%B2%A1%E7%94%A3%E6%A8%A9%E3%81%AB%E9%96%A2%E3%81%99%E3%82%8B%E6%96%B9%E9%87%9D>

²³⁸ <https://support.zepeto.me/hc/ja/articles/900005448466-%E3%82%B3%E3%83%9F%E3%83%A5%E3%83%8B%E3%83%86%E3%82%A3%E3%82%AC%E3%82%A4%E3%83%89%E3%83%A9%E3%82%A4%E3%83%B3>

²³⁹ https://docs.zepeto.me/studio/lang-ja_JP/docs/welcome

²⁴⁰ <https://support.zepeto.me/hc/ja>

²⁴¹ <https://studio.zepeto.me/ja/program/creator>

²⁴² 2023 年 12 月 14 日時点

²⁴³ 商品又はその包装、建物の外観を保護するもの。

²⁴⁴ ZEPETO の場合、一般ユーザーが仮想空間を体験するサービスである ZEPETO World と、クリエイターがそこで使われるべきコンテンツを制作する ZEPETO Studio が分かれているため、ZEPETO Studio でクリエイターが制作した創作物を「アセット」、それを ZEPETO World に投稿したものを「ユーザーコンテンツ」と、規約上、用語を使い分けているが、ここでは、他のプラットフォームと記載方法を合わせるため、「ユーザーコンテンツ」で統一している。

	■ 特に、ユーザーコンテンツをプラットフォーム外で使用する場合には、「ZEPETO 活用コンテンツ (UGC) 利用ガイドライン」を遵守しなければならないとしている。 ■ ユーザーコンテンツの著作権、その他の知的財産権はユーザー本人に帰属するとしている。 ■ ユーザーがコンテンツを投稿すると、プラットフォームに対して、複製、フォーマット変更、保存、転送、公衆送信、再生、記録、二次的著作物の作成、広報、広告利用、販売、サブライセンス供与、機械学習、研究開発目的での利用に関する、ワールドワイドの、非独占的な、回収不可能な、譲渡可能な、サブライセンス可能な、ロイヤリティフリーの、期間の制限がないライセンスを付与するものとしている。 ■ ユーザーコンテンツは他のユーザーもプラットフォーム内外でガイドラインに則り利用することに同意したものとみなすとしている。 ■ その際、ユーザーは個人情報設定により、ユーザーコンテンツの閲覧可能対象を制限することができる旨を指摘している²⁴⁵。 ■ プラットフォーム事業者側がマーケティング及びプロモーション等にユーザーコンテンツを利用するにあたって、ユーザーの氏名等を表示しなくても、表示してもよいものとするとしている。
--	---

²⁴⁵ 利用規約の第 3 条

		■ クリエイターは、投稿したユーザーコンテンツをこれ以上使用できなくするように要請できるが、その場合でも、それ以前に他のユーザーが購入した分についてはプラットフォーム内で継続使用することを許諾し、また、プラットフォーム側でそのユーザーコンテンツを基に制作した二次的著作物も継続使用できることを許諾するものとしている。クリエイターがプラットフォームの利用契約を終了した場合も同様としている²⁴⁶。 ■ 買収合併及びサービスの売却が発生する場合、プラットフォーム側は、ユーザーの同意なく、ユーザーコンテンツに関する権利を他者に譲渡することができると規定している²⁴⁷。
① クリエイターによるコンテンツ供給	ワールドの作成	■ ZEPETO Studio 内で「build it」やより拡充された「World Editor」機能が提供されている。 ■ 「テンプレート」機能を使って簡易に制作するか、「World Editor」や「build it」で提供されている基本ツールを使って制作するようになっている。 ■ 完成したワールドの ZEPETO World での動作をテストし、レビュー申請すると、プラットフォーム側で審査し、合格すると、設定したリリース日に、設定したリリース対象国で公開される。
	アバターの作成	■ アバターは、AI 機能とユーザーによるカスタマイズによって作成されるようになっており、基本的に、外部の一般のクリエイターが開発するようにはなっていない。
	3D モデル素材の作成	■ ZEPETO Studio というコンテンツ制作プラットフォームが提供されている。

²⁴⁶ Studio 利用規約の第 1 条、第 4 条

²⁴⁷ 利用規約の第 19 条

			■ プラットフォームが提供している「テンプレートエディター」を使って簡易に制作するか、Blender や Maya などのモデリングツールを用いてゼロから制作し、Unity を使って ZEPETO Studio にエクスポートするようになっている。 ■ コンテンツは利用規約、Studio 利用規約及び審査ガイドライン²⁴⁸等に適合するように、クリエイターがアクセサリ、その他のアイテムを制作、提出すると、プラットフォーム側で審査し、合格すると公開される²⁴⁹。
		その他、コンテンツ供給にあたっての留意点	■ 実在するブランドとの提携により提供されているコンテンツは商用目的とするユーザーコンテンツに含めてはならないとしている。 ■ プラットフォームの外に出るユーザーコンテンツの制作には、本人のアバターを活用したコンテンツ制作は構わないが、他のユーザーのアバターは同意がない限り使用できないとしている²⁵⁰。 ■ ユーザーコンテンツが法令、利用規約等に違反したり、第三者の知的財産権を侵害したりする場合、プラットフォーム側は、ユーザーに通知の上、削除、ブロック等の措置をとることができるとしている。 ■ プラットフォーム内のコンテンツが、自身の著作権を侵害している場合は、米国デジタルミレニアム著作権法に則り、掲示中断を要請できるとしている²⁵¹。

²⁴⁸ Studio Guide の「コンテンツガイドライン」「アイテムガイドライン」「WorldEditor ガイドライン」「Build it ガイドライン」「プロモーションガイドライン」

²⁴⁹ Studio Guide の「CREATING ITEMS USING THE TEMPLATE EDITOR」「MAKING 3D ITEMS」「SUBMITTING FOR EVALUATION」

²⁵⁰ ZEPETO 活用コンテンツ (UGC) 利用ガイドライン (本人のアバターを活用したコンテンツ制作について、「アバターの顔のカスタマイズチュートリアル動画を YouTube に投稿」「ドライブゾーンワールドを背景に冬の安全運転注意のポイント動画を YouTube に投稿」など行ってよい詳細な具体例が示されている。)

²⁵¹ 利用規約の第 3 条

		■ 投稿されたユーザーコンテンツが第三者の知的財産権を侵害することが確認された場合、既に他のユーザーに販売された分について、購入したユーザーに対する払い戻し、アイテムの販売等により得た仮想通貨「ZEM」や収益の返還を請求するものとしている^{252,253}。 ■ 不適切なユーザーコンテンツ（違法、知的財産権の侵害、性的描写、特に未成年者性的虐待、自殺・自傷行為の助長、暴力的、ヘイトスピーチ、嫌がらせ、規制対象品等の販売促進・勧誘、なりすまし、プライバシーの侵害などを例示）の投稿を禁止しており、プラットフォーム側で監視、削除、ブロックすることができ、その場合はユーザーに通知としている。法令違反の場合は捜査当局に通報することがあるとしている²⁵⁴。
② ユーザーによるコンテンツ利用	アバターの利用	■ プラットフォームで提供された顔認識技術などのAI機能も使って3Dアバターを作成・カスタマイズして利用できるようになっている。
	3D モデル素材の利用	■ プラットフォームで提供されている機能を使って購入したアクセサリを「コーデ」に使い、各種アイテムをワールドで使うことができる。
	その他、コンテンツ利用にあたっての留意点	■ 個人利用や個人で開催する小規模のイベントを宣伝するためにユーザーコンテンツを利用することは可能としている。 ■ 本人のアバターを活用した少量のグッズ制作、所有、無償配布は可能としている。

²⁵² Studio 利用規約の第 2 条

²⁵³ 「知的財産権に関する方針」に、知的財産権の侵害の詳細な具体例が示されている。

²⁵⁴ 利用規約の第 4 条、不適切なユーザーコンテンツについては「コミュニティガイドライン」に詳細に具体例を記述

		■ 商用目的やその広告に利用するのでなければ、企業や団体での利用も可能としている²⁵⁵。 ■ コンテンツフィルタリング技術を回避したり、アクセス権限がないコンテンツのダウンロードを行ったりすること、また、ユーザーコンテンツと相互作用が可能な第三者アプリを開発することを禁じている²⁵⁶。 ■ プラットフォーム内で不快なコンテンツに出くわす可能性があるが、サービスを利用する上でそれを受け入れることに同意すべきものとしている²⁵⁷。 ■ ユーザーは、利用規約上の権利を他者に譲渡できないとしている²⁵⁸。 ■ 規約上、13 歳以上を利用要件とし、ユーザーの国で同意を要する年齢に該当する場合、利用が制限されることがあるとしている²⁵⁹。
プラットフォームとクリエイター間の収益の分配		■ クリエイターが投稿したユーザーコンテンツについて、プラットフォーム側とクリエイター側との間に販売委託関係が成立し、その売上に対して一部払い出しを受けることができるとしている。 ■ プラットフォームでは、ユーザーコンテンツの販売状況に関するデータを、ユーザーに提供できるとしている。それにより、どのようなユーザーコンテンツに対するユーザーの反応が良いのかをクリエイターが知ることができるようにすることを狙っている²⁶⁰。

²⁵⁵ ZEPETO 活用コンテンツ（UGC）利用ガイドライン（グッズについて、「シール、メモ用紙など印刷系グッズは、各カテゴリーにつき最大 500 枚まで」「プレゼント、フィギュアは、各カテゴリーにつき最大 20 コマで」など詳細な制限内容が書かれている。商用目的でない企業や団体での利用について、「新入社員紹介動画の社内掲示板などでの共有」「会社で運営する Instagram や YouTube アカウントで〇〇企業社内紹介映像の投稿」など行ってよい詳細な具体例を示す一方、「自社製品、会社及びブランドの全てのオン／オフライン広告物」「全ての形態の広告コンテンツ」など禁止されている具体例の詳細を示している。）

²⁵⁶ 利用規約の第 6 条

²⁵⁷ 利用規約の第 14 条

²⁵⁸ 利用規約の第 19 条

²⁵⁹ 利用規約の前文

²⁶⁰ Studio 利用契約の第 3 条

		■ 基本的に、無料でダウンロード、利用することができるが、アバターを自分好みに「コーデ」するのに欲しいと思うアクセサリーや、ワールド内で使うアイテム（釣りのエサや体験、スキル、ツール）を購入したり、「ライブ」でクリエイターに投げ銭をギフトとして贈ったりするために、課金して仮想通貨を購入するようになっている²⁶¹。 ■ 「ZEPETO Premium」というサブスクリプションがあり、月額 500 円程度又は 1500 円程度で、仮想通貨支給、プレミアムアイテム支給、限定アイテムの購入権、ワールドやアイテムを提出したときの審査を優先してより迅速に受けられる権利などが付与される²⁶²。 ■ プラットフォーム事業者は、プラットフォーム内で広告を掲載することができるとしている²⁶³。規約上、プラットフォーム事業者のコンテンツの商用利用を禁じており、商用利用には、別途、事前連絡が必要と規定している²⁶⁴。 ■ 優良なクリエイター²⁶⁵を募集、育成するため、「ZEPETO クリエイタープログラム」を実施し、公式クリエイターとして認定し、公式マーク付与、露出の機会を増やすなどの特典を付与している²⁶⁶。
③ クリエイターの収益	イベントの開催	■ ワールドにユーザーを集めて行うものではないが、発信力のあるクリエイターがインフルエンサーとなって、ユーザーを集め、参加したユーザーとリアルタイムでコミュニケーションをとって、ユーザーから投げ銭をギフトとして得ることができるという意味で、「ライブ」が該当すると考えられる²⁶⁷。

²⁶¹ ヘルプの「Coin と ZEM とは何ですか?」「ライブ配信者に送るプレゼントとはなんですか?」

²⁶² ヘルプの「ZEPETO プレミアム（定期購入）の特典は?」

²⁶³ 利用規約の第 9 条

²⁶⁴ ZEPETO 活用コンテンツ（UGC）利用ガイドライン

²⁶⁵ ZEPETO 内でのフォロワー 50,000 人以上又は外部 SNS におけるフォロワー 1,000 人以上、30 日以内に ZEPETO 又は SNS に ZEPETO 関連のコンテンツを投稿しているなどの選抜基準を設けている。

²⁶⁶ ZEPETO クリエイタープログラム

²⁶⁷ ヘルプの「ZEPETO ライブはどのようなサービスですか?」

			■ 有償のサービスではないが、ベテランユーザー（Greeter：歓迎役）が新しいユーザーに、プラットフォームの遊び方を手ほどきして利用促進するという意味で、「グリータープログラム」も該当すると考えられる²⁶⁸。
		ワールドの提供	■ ワールドへの入場は基本的に無料であるが、ワールドの機能として、ワールド内で使うアイテム（釣りのエサや体験、スキル、ツール）を販売したり、寄付を得たり、「マネキン」を設置してプラットフォーム内で販売しているアクセサリーを販売できる²⁶⁹。
		アバターの販売	■ アバターは、プラットフォームで提供されている AI 機能とユーザーによるカスタマイズによって作成するようになっており、基本的に、外部の一般のクリエイターが開発するようにはなっていない。
		3D モデル素材の販売	■ 審査に合格して公開されたアクセサリー、その他のアイテムは、プラットフォームにおいてユーザーに販売できるようになっている。 ■ アイテムを販売して売上として得た「ZEM」は、5,000ZEM 以上貯まった場合、アプリマーケット（Google Play、App Store など）の手数料、ZEPETO Studio の利用手数料の費用を控除するなどして、プラットフォーム側で決める換算レートにより、米ドルに交換できる^{270, 271}。
	④ ユーザーの支出	イベントへの参加	■ 「ライブ」実施中に、主催者（クリエイター）への投げ銭をギフト（アイテムや「ZEM」）として贈ることができる。ギフトのアイテムは、主催者のアバター周辺にエフェクトを表示してライブを盛り上げるようになっている。

²⁶⁸ ヘルプの「グリータープログラムとは？」

²⁶⁹ Studio Guide の「どのような商品を販売できますか」

²⁷⁰ Studio 利用規約の第 5 条

²⁷¹ ヘルプの「Coin と ZEM とは何ですか？」によると、7ZEM=0.49USD とされており、Studio Guide の「収益金額を出金する」によると、5,000ZEM=106USD（変動する場合がある）のレートで出金申請ができるものとされていることから（2023 年 12 月 14 日時点）、ユーザーが支出した額のうち、凡そ 30%程度がクリエイターに配分されているという計算になる。

			■ ギフトのアイテムは「ZEM」によって購入、「ZEM」は課金して購入するようになっている²⁷²。
		ワールドへの入場	■ ワールドへの入場は無料であるが、ワールド内で使うアイテムや、プラットフォーム内で販売しているアクセサリを購入したり、寄付を行ったりすることで支出。
		アバターの購入	■ アバターは、プラットフォームで提供している AI 機能とユーザーによるカスタマイズによって作成するようになっている。
		3D モデル素材の購入	■ アバターをユーザー好みに「コーデ」するのに、プラットフォームで販売しているアクセサリを購入するようになっている²⁷³。
紛争解決	準拠法令		■ 各国の法条項に相反しているか否かに関係なく大韓民国法の適用を受けるとしている²⁷⁴。 ■ ただし、日本国内のユーザーについては、日本法とするものとしている²⁷⁵。 ■ 国際物品売買契約に関する国連条約（ウィーン売買条約）は適用されないとしている²⁷⁶。
	裁判管轄やそのための要件		■ プラットフォーム事業者とユーザーとの間で紛争が生じた場合、提訴当時のユーザーの住所、住所がない場合は居所を管轄する地方裁判所を専属的合意管轄裁判所としている。 ■ ただし、海外に住所や居所があるユーザーの場合は大韓民国ソウル中央地方裁判所を管轄裁判所とするとしている²⁷⁷。 ■ ただし、日本国内のユーザーについては、東京地方裁判所を専属的合意管轄裁判所としている²⁷⁸。

²⁷² ヘルプの「ライブ配信者に送るプレゼントとはなんですか？」

²⁷³ 「有料サービス利用規約」に、課金に当たっての注意点や払い戻し、申し込み撤回などの詳細なポリシーが示されている。

²⁷⁴ 利用規約の第 1 条

²⁷⁵ 利用規約の付加条項（日本顧客対象）の第 1 条

²⁷⁶ 利用規約の第 17 条

²⁷⁷ 利用規約の第 17 条

²⁷⁸ 利用規約の付加条項（日本顧客対象）の第 3 条

	その他、コンテンツに関する紛争の解決手段	■ ユーザーコンテンツの販売に関連するユーザーの不満事項や払い戻し要請等に対しは、プラットフォーム事業者が消費者保護に関連する法律等に則って払い戻し等の処理をすることができ、その場合、アイテムの販売等により得た「ZEM」や収益の返還を行うとしている²⁷⁹。 ■ ユーザーは、ユーザーコンテンツにより発生する一切の紛争に対して全面的に責任を負い、プラットフォーム事業者は、故意、重過失がない限り、いかなる責任も負わないとしている²⁸⁰。 ■ ユーザーによるプラットフォームの使用やその際の法令違反、第三者の権利侵害に関連して、プラットフォーム事業者やその役員、株主、従業員等が、第三者から請求を受けたときは、ユーザーはこれを擁護し、補償すべきものとしている²⁸¹。
--	-----------------------------	--

²⁷⁹ Studio 利用契約第 3 条

²⁸⁰ 利用規約の第 3 条

²⁸¹ 利用規約の第 16 条

第7節 Decentraland

1. 概要

- Decentraland は、ブロックチェーンのイーサリアムをベースとしたメタバースプラットフォームであり、アバターへの変身、ワールド周遊、3D ゲーム、コミュニティ形成と自由な交流（コミュニケーション、活動）、イベントへの参加、仮想世界の創造、自由なコンテンツの共有ができる仮想空間サービスを提供する。
- ワールドが、仮想空間の全体地図を区画した、互いに隣接してそのまま行き来できる「LAND」上に配置されているところに特徴がある。「LAND」の数には約9万の上限が設けられており²⁸²、「LAND」を仮想不動産として開発し、価値を高めて売買し、差益を得るなども想定される。
- Decentraland で取引される、アイテム、アクセサリなどのコレクションや「LAND」は、NFTとしてイーサリアムで管理され、独自の仮想通貨「MANA」で決済されている。「MANA」は仮想通貨として、外部の仮想通貨取引所で取引することもできる。
- Decentraland は元々、アルゼンチン人の Ari Meilich 氏と Esteban Ordano 氏によって開発され、その管理事務を扱う非営利団体 Decentraland Foundation は、2017 年にパナマで設立され²⁸³、現在はサンフランシスコに拠点を置いている²⁸⁴。ブロックチェーンをベースにしているため、運営は、「MANA」や「LAND」に紐づけられた議決権を有するコミュニティ成員の投票によって意思決定される、DAO（Decentralized Autonomous Organization、自律分散型組織）によって行われている。
- PC にダウンロードして利用する他、ブラウザでも利用できるようになっている。有償のサービス利用や取引を行う場合はウォレットを登録して利用するが、そうでなければ、登録しないでゲストユーザーとして、ワールドの周遊や他のユーザーとの交流もできる。

2. 利用規約・ガイドライン等

以下のような利用規約・ガイドライン等が示されている。

- 利用規約²⁸⁵
- 倫理規定²⁸⁶
- プライバシーポリシー²⁸⁷

²⁸² NFT ゲーム関係の専門情報メディア Game3 の記事「注目のメタバースプラットフォーム『Decentraland』を徹底解説」（https://game3.co.jp/decentraland_1/）による

²⁸³ USPTO の商標データベースより

²⁸⁴ crunchbase の企業データベース（<https://www.crunchbase.com/organization/decentraland>）

²⁸⁵ <https://decentraland.org/terms/>

²⁸⁶ <https://decentraland.org/ethics/>

²⁸⁷ <https://decentraland.org/privacy/>

- コンテンツポリシー²⁸⁸
- ホワイトペーパー²⁸⁹
- プレイヤー用のドキュメント²⁹⁰
- コンテンツクリエイター用のドキュメント²⁹¹
- 貢献者用のドキュメント²⁹²

3. 利用規約等に見るデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況、実態

Decentraland の利用とその際のデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況・実態をまとめると図表 3-14 のようになっている²⁹³。

図表 3-14 Decentraland におけるデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況・実態

メタバースプラットフォームの利用とその際の権利の帰属		■ 「LAND」の各部分に対する全ての所有権は、その所有者にあるとしている²⁹⁴。 ■ クリエイターが制作したコンテンツに対する全ての所有権及び知的財産権は、当該コンテンツを制作したクリエイターに帰属するとしている²⁹⁵。
① クリエイターによるコンテンツ供給	ワールドの作成	■ ユーザーがアバターを使って、その仮想の3D空間内を自由に動き回ることができるという意味で、「LAND」やその上にシーン、その他のアイテムを設置したものがワールドに該当すると考えられる。 ■ マーケットプレイスで、「LAND」を購入し、ワールドを設置することができる²⁹⁶。 ■ クリエイターは、「LAND」の所有者からの依頼により、「LAND」にシーンを作成し、ワールドの作成を担う²⁹⁷²⁹⁸。

²⁸⁸ <https://decentraland.org/privacy/>

²⁸⁹ <https://docs.decentraland.org/player/general/whitepaper/>

²⁹⁰ <https://docs.decentraland.org/player/>

²⁹¹ <https://docs.decentraland.org/creator/>

²⁹² <https://docs.decentraland.org/contributor/>

²⁹³ 2023年12月14日時点

²⁹⁴ 利用規約の第12.4条

²⁹⁵ 利用規約の第12.4条

²⁹⁶ プレイヤー用のドキュメントの「Marketplace」

(<https://docs.decentraland.org/player/general/introduction/>)

²⁹⁷ コンテンツクリエイター用のドキュメント (<https://docs.decentraland.org/creator/>)

²⁹⁸ NFT ゲーム関係の専門情報メディア Game3 の記事「注目のメタバースプラットフォーム『Decentraland』を徹底解説」(https://game3.co.jp/decentraland_1/)による

		アバターの作成	■ プラットフォーム側で用意した簡易なアバター作成ツールによって作成できるようになっており、外部の一般クリエイターが制作、提供するようにはなっていない。
		3D モデル素材の作成	■ 「LAND」の所有者からの依頼により、アート、ゲーム、その他のアイテムを作成する²⁹⁹。
		その他、コンテンツ供給にあたっての留意点	■ クリエイターが作成したコンテンツに対する全ての所有権及び知的財産権は、当該コンテンツを作成したクリエイターに帰属する。全てのコンテンツはコンテンツ ポリシーに準拠する必要がある³⁰⁰。 ■ ユーザーがツールを通じてアップロード等により利用可能にした全てのコンテンツには、不適切なコンテンツが含まれてはならない（違法、著作権等、第三者の知的財産権の侵害、わいせつ、暴力的なもの、プライバシー侵害など）³⁰¹。
② ユーザーによるコンテンツ利用		アバターの利用	■ 最初のログイン時に仮想キャラクター（アバター）を作成して利用できるようになっている³⁰²。 ■ マーケットプレイスから、アクセサリやユニークな名前を購入して利用することができる³⁰³
		3D モデル素材の利用	■ 「LAND」上で実施されているイベントに、ゲームやアートが展示されており、ゲームを行ったり、アートを鑑賞したりすることができる³⁰⁴。

²⁹⁹ CoinPost 編集部の「Decentraland（ディセントラランド）とは | メタバースと仮想通貨 MANA の将来性」（<https://coinpost.jp/?p=300649>）の記事による

³⁰⁰ 利用規約の第 12.4 条

³⁰¹ コンテンツポリシーの第 2 条

³⁰² Coincheck の「Decentraland（ディセントラランド）のメタバースとは？特徴、遊び方を解説！」（<https://coincheck.com/ja/article/491>）の記事による

³⁰³ プレイヤー用のドキュメントの「Marketplace」（<https://docs.decentraland.org/player/general/introduction/>）

³⁰⁴ ブロックチェーンゲーム関係の専門情報メディア dApps Market の記事「ディセントラランド | ゲーム攻略・遊び方・口コミ評価まとめ」（<https://dappsmarket.net/blockchaingame/decentraland/>）による

		その他、コンテンツ利用にあたっての留意点 ■ ツールは「現状のまま」及び「利用可能な状態」で提供されており、欠陥やソフトウェアのバグが含まれている可能性があるため、重要なデータ、財産、及びコンテンツを保護し、慎重に使用するようとしている³⁰⁵。 ■ 使用する全ての資金又は資産が、適用される全ての法律に従って合法的に取得されたものであることを求めている³⁰⁶。 ■ 暗号化システムに関連する固有のリスクを理解していることを求めている³⁰⁷。 ■ コードクラッキングの進歩や、量子コンピューターの開発等の技術的進歩は、スマートコントラクト、暗号通貨、ツールにリスクをもたらす可能性があることを認識するよう求めている³⁰⁸。 ■ 「MANA」、イーサリアム、ブロックチェーンなどの技術及びその他の資産が、人気や投機及びセキュリティのリスク等により非常に不安定であることを認識してこれに同意することも求めている³⁰⁹。 ■ ツールが 13 歳未満の子供を対象にしていなため、13 歳以上であることの確認を求めている。また、13 歳以上で 18 歳未満である場合、ユーザーが居住する地域の法定成年年齢であることの確認を求めている³¹⁰。 ■ サイトとツールの使用についてユーザーが全責任を負うことを認め、これに同意するものと謳っている³¹¹。
--	--	---

³⁰⁵ 利用規約の第 2 条

³⁰⁶ 利用規約の第 3 条

³⁰⁷ 利用規約の第 5.2 条

³⁰⁸ 利用規約の第 5.4 条

³⁰⁹ 利用規約の第 5.5 条

³¹⁰ 利用規約の第 8 条

³¹¹ 利用規約の第 10 条

			■ DAO は、事前の通知や責任を負うことなく、サイト及びツールの全部又は一部、及びサイト及びツールへのアクセスをただちに終了又は一時停止することを決定する場合がある。アカウントをキャンセルした場合、又は本規約が終了した場合でも返金することはできないとしている³¹²。
	プラットフォームとクリエイター間の収益の分配		■ プラットフォーム側としては「LAND」の売上が大きいと考えられる³¹³。 ■ また、マーケットプレイスで行われる取引には、2.5%の取引手数料が適用されるため、それも収益に加わる³¹⁴。 ■ クリエイターは、「LAND」の所有者からの依頼によってコレクションを作成したり³¹⁵、プラットフォーム内で開催されるイベントにコレクションを出品したりして³¹⁶収益を得ることができる。
	③ クリエイターの収益	イベントの開催	■ 「LAND」の所有者は保有する「LAND」でイベントを開催して入場料を取ることができる³¹⁷。 ■ コレクションを取引するためのイベントが開催されており、コレクションを売却して収益を得ることができる³¹⁸。
		ワールドの提供	■ 「LAND」の所有者は保有する「LAND」にカジノや美術館を建て、入場料を取ったり、掲示板を設置したりして広告収入を得ることができる³¹⁹。

³¹² 利用規約の第 15 条

³¹³ CoinPost 編集部「Decentraland (ディセントラランド) とは | メタバースと仮想通貨 MANA の将来性」の記事による (<https://coinpost.jp/?p=300649>)

³¹⁴ 利用規約の第 6.3 条

³¹⁵ CoinPost 編集部「Decentraland (ディセントラランド) とは | メタバースと仮想通貨 MANA の将来性」(<https://coinpost.jp/?p=300649>) の記事による

³¹⁶ 投資情報メディアのいろはにマナーの記事「【初心者向け】Decentraland とは？特徴や始め方を解説」(<https://www.bridge-salon.jp/money/cryptocurrency/nft/decentraland/>) による

³¹⁷ NFT 資産に関する専門情報メディア PArtOnline の記事「メタバースのブロックチェーンゲーム『Decentraland (ディセントラランド)』とは？暗号資産 MANA と併せて紹介」(<https://p-art-online.com/column/16800/>) による

³¹⁸ 投資情報メディアのいろはにマナーの記事「【初心者向け】Decentraland とは？特徴や始め方を解説」(<https://www.bridge-salon.jp/money/cryptocurrency/nft/decentraland/>) による

³¹⁹ 分散型金融関係の専門情報メディア Zenism の記事「Decentraland とは？仮想空間の土地が高額で売買」(<https://zenism.jp/nft/decentraland/2021/06/07/>) による

			■ 「LAND」の所有者は、「LAND」上に魅力的なシーンやアート、ゲーム、その他のアイテムなどのコレクションを設置し、購入時より価値を高めて売買することで、差益を得ることができる ³²⁰ 。
		アバターの販売	■ プラットフォーム側で用意した簡易なアバター作成ツールによって作成するようになっており、外部の一般クリエイターが制作、提供するようにはなっていない。
		3D モデル素材の販売	■ クリエイターは、「LAND」の所有者からの依頼により、シーンやアート、ゲーム、その他のアイテムなどのコレクションを作成し、収益を得ることができる ^{321,322} 。
	④ ユーザーの支出	イベントへの参加	■ コレクションを取引するためのイベントが開催されており、コレクションを購入することで支出を行う ³²³ 。
		ワールドへの入場	■ 「LAND」上で販売されているコレクションを購入することで支出を行う ³²⁴ 。
		アバターの購入	■ プラットフォーム側で用意した簡易なアバター作成ツールによって作成するようになっており、外部の一般クリエイターが制作、提供するようにはなっていない。
		3D モデル素材の購入	■ マーケットプレイスで販売されているアクセサリやユニークな名前などのコレクションを購入することで支出を行う ³²⁵ 。
	準拠法令		■ パナマ法に準拠する ³²⁶ 。

³²⁰ Coincheck の「Decentraland（ディセントラランド）のメタバースとは？特徴、遊び方を解説！」（<https://coincheck.com/ja/article/491>）の記事による

³²¹ CoinPost 編集部「Decentraland（ディセントラランド）とは | メタバースと仮想通貨 MANA の将来性」（<https://coinpost.jp/?p=300649>）の記事による

³²² ブロックチェーンゲーム関係の専門情報メディア dApps Market の記事「ディセントラランド | ゲームの始め方と基本的な遊び方を解説」による
（<https://dappsmarket.net/blockchaingame/decentraland/game-howtoplay/>）による

³²³ 投資情報メディアのいろはにマネーの記事「【初心者向け】Decentraland とは？特徴や始め方を解説」（<https://www.bridge-salon.jp/money/cryptocurrency/nft/decentraland/>）による

³²⁴ プレイヤー用のドキュメントの「Marketplace」（<https://docs.decentraland.org/player/general/introduction/>）

³²⁵ ブロックチェーンゲーム関係の専門情報メディア dApps Market の記事「ディセントラランド | ゲームの始め方と基本的な遊び方を解説」（<https://dappsmarket.net/blockchaingame/decentraland/game-howtoplay/>）による

³²⁶ 利用規約の第 18.6 条

紛争解決	裁判管轄やそのための要件	■ 両当事者は、意見の相違を直接解決するために最善の努力を行う³²⁷。 ■ 30 日以内に当事者が合意に達しない場合、いずれかの当事者は、請求を解決する唯一の手段として拘束力のある仲裁を開始する。仲裁地又は法的場所はパナマのパナマ市とする³²⁸。
	その他、コンテンツに関する紛争の解決手段	■ 知的財産権が侵害されていると思う者は、侵害している当事者に直接連絡することを勧めている。なお、財団に連絡することもできる。また、財団は可能な限り侵害を与えている当事者に連絡して懸念を伝えるよう努める場合があるとしている³²⁹。

³²⁷ 利用規約の第 18.1 条

³²⁸ 利用規約の第 18.2 条

³²⁹ 利用規約の第 17 条

第8節 BOOTH

1. 概要

- BOOTH は、クリエイターが、インターネット上に創作物を販売するブースを設置できるようにするサービスで、コンテンツを売買するマーケットプレイスとなっており、小説、漫画、イラスト、絵画作品、写真作品、音声作品、映像作品、ゲーム、3D モデルなどの電子媒体のコンテンツの他、ファッション、アクセサリ、フィギュアなどのグッズも売買されている。
- コンテンツマーケットの BOOTH で販売されている各種コンテンツのうち、メタバースでの利用が想定されるコンテンツは、基本的には、「3D モデル」のカテゴリに該当する。「3D モデル」は、「3D 環境・ワールド」「3D キャラクター」「VRoid」「3D 衣装・装飾品」「3D 小道具」「その他」のサブカテゴリに分類されている。

図表 3-15 BOOTH で取引されている 3D モデル素材のサブカテゴリ

サブカテゴリ	内容
3D 環境・ワールド	ファンタジー系、その他のワールド、椅子、家具、その他のインテリア、乗り物など。 ワールドやアイテムの 3D モデル素材に該当する。
3D キャラクター	アバターの 3D モデル素材に該当する。
VRoid	VRoid Studio 用のアクセサリなどの 3D モデル素材。 VRoid Studio は、ピクシブ株式会社が提供するアバターの 3D モデル制作プラットフォームである。
3D 衣装・装飾品	ワンピース、水着、その他の衣装、髪型、帽子、眼鏡、その他のアクセサリなど。 アクセサリの 3D モデル素材に該当する。
3D 小道具	飲食物、楽器、銃、刀剣、その他の武器など。 飲食物であれば焼ける、食べられるなど、楽器であればみんなで弾けるなど、刀剣であれば抜刀などのギミックが付いているものもある。 アクセサリ、その他のアイテムの 3D モデル素材に該当する。
その他	座る姿勢の設定、表情の設定、揺れものの設定、アバターの体を透明化させる、アバターを飛行させる等のギミックなど。

2. 利用規約・ガイドライン等

以下のような利用規約・ガイドライン等が示されている。

コンテンツマーケットでの取引においては、クリエイターとユーザーの間の権利関係は、各コンテンツの販売条件として個別に示されている。本調査研究では、使用例が多い³³⁰「VN3 ライセンス」(Virtual Native 3D-Model License)の標準テンプレートによって規定内容の分析を行った。VN3 は、「バーチャル文化やバーチャル生活者の生活実態に最適化すべく、権利者が適切にデータを運用することができるように設計された、データ配布用の利用規約(ライセンス)のテンプレート」であって、「アバター用のモデ

³³⁰ VN3 ライセンスの Web サイトの「VN3 ライセンスの採用事例」によると、「BOOTH にて販売・配布されている『3D キャラクター』カテゴリの人気順上位 50 アバターのうち 60%に VN3 ライセンスが採用されている」。

ル、オブジェクトモデル、ワールドモデルなどの 3D モデルを中心にして、それ以外の 2D データなども含めて原理的にはあらゆるデータでの活用が可能だと考えられるものとして、あしやまひろこ氏を中心とする有志によって法律家と協力して作成、維持されているもので、「日本法に準拠し権利者が日本国内に所在しているケースを想定して作成されている」³³¹。

- サービス共通利用規約³³²
- BOOTH 個別規約³³³
- BOOTH ヘルプセンター³³⁴
- VN3 ライセンス³³⁵

3. 利用規約等に見るデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況、実態

BOOTH の利用とその際のデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況・実態をまとめると図表 3-16 のようになっている³³⁶。

なお、クリエイターとユーザーの間の権利関係は、各コンテンツの販売条件として個別に示されており、VN3 ライセンスにおいても、状況に応じクリエイターが個別条件を設定するようになっている。個別条件項目の例を図表 3-17 に示す。

図表 3-16 BOOTH におけるデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況・実態

コンテンツプラットフォームを利用した際の権利の帰属		
⑤	クリエイターのコンテンツ供給、 コンテンツプラットフォームの介在	■ コンテンツマーケットを介して行う、クリエイターとユーザーの間の取引は、クリエイターとユーザー間の直接の取引であり、コンテンツマーケット事業者は契約当事者とならないとしている ³³⁷ 。
		■ クリエイター自身が創作に関与していないコンテンツの販売を禁じている ³³⁸ 。
		■ コンテンツマーケットに登録されたコンテンツの著作権、その他一切の権利は、クリエイターに帰属するとしている ³³⁹ 。

³³¹ VN3 License の「本文・解説」 (<https://www.vn3.org/terms>)

³³² <https://policies.pixiv.net/>

³³³ <https://policies.pixiv.net/#booth>

³³⁴ <https://booth.pixiv.help/hc/ja>

³³⁵ 本調査研究では、利用規約の標準テンプレートとして提供されている「ひろこちゃんモデル利用規約」によった。

³³⁶ 2023 年 11 月 30 日時点

³³⁷ サービス共通利用規約の第 13 条

³³⁸ サービス共通利用規約の第 7 条

³³⁹ BOOTH 個別規約の第 13 条

		■ 違法コピーや流出を防ぐための暗号化等、コンテンツの知的財産権を保護する措置はクリエイターの責任において実施すべきものとしている³⁴⁰。
	⑥ ユーザーによるコンテンツ利用	■ コンテンツ及びそのパーツ³⁴¹(コンテンツのデータを分解して生じるデータ、リグを含む)の著作権を含む知的財産権、その他の権利は、元の権利者が保持したままとしている。コンテンツに第三者の権利が含まれる場合は元のライセンスが適用されるとしている³⁴²。 ■ ワールドワイドで、ユーザー自身が利用することを、非排他的に許諾するとしている。 ■ その際、データの複製が可能としている。 ■ また、コンテンツをメタバースプラットフォームに投稿し、メタバースプラットフォームが、そのサービス提供を行うために必要な、コンテンツの利用、複製、配布等を、メタバースプラットフォームに再許諾することが可能としている。 ■ ユーザーが未成年者等の場合は、予め保護者等の同意を得ている場合に限られるとしている³⁴³。
プラットフォームとクリエイター間の収益の分配		
	⑦ コンテンツプラットフォームの収益	■ コンテンツマーケットの「サービス利用料」は、商品代金、「BOOST」金額、送料の合計金額の 5.6%+22 円とされている³⁴⁴。 ■ 「BOOST」とは、ユーザーがクリエイターへの投げ銭として、商品代金に上乗せして支払うこと³⁴⁵。
	⑧ クリエイターの収益	■ 商品代金や「BOOST」金額から、コンテンツマーケットの「サービス利用料」を差し引いた分がクリエイターの収益となる。

³⁴⁰ BOOTH 個別規約の第 5 条

³⁴¹ VN3 ライセンスにおいて、「本データの構成要素、素体その他本データを分解して生じるデータ。ウェイトやリグ等も含む」としている。なお、「ウェイトやリグ等」とは、3D モデル素材の状態や動きの表現等のための各種設定や機能のこと。

³⁴² VN3 ライセンスの第 4 条

³⁴³ VN3 ライセンスの第 2 条

³⁴⁴ BOOTH 個別規約の第 10 条

³⁴⁵ BOOTH ヘルプセンターの「BOOST (ブースト) とは何ですか?」

紛争解決	
準拠法令	■ 準拠法令は日本法^{346, 347}
裁判管轄やそのための要件	■ コンテンツマーケット側とクリエイターやユーザーとの間で訴訟の必要が生じた場合、東京地方裁判所を第一審の専属的合意管轄裁判所としている³⁴⁸。 ■ VN3 ライセンスに関連する一切の紛争については、クリエイターの所在地を管轄する日本国内の裁判所を第一審の専属的合意管轄裁判所としている³⁴⁹。
その他、創作物に関する紛争の解決手段	■ コンテンツマーケットを介したクリエイターとユーザー間での取引に伴う各種作業、連絡、法的義務の履行及びトラブルの対処等は、契約当事者であるクリエイターとユーザー間で行うものとしている。 ■ コンテンツマーケットの利用に関連して、ユーザーと第三者との間で紛争が生じた場合は、ユーザーの責任で解決するものとし、コンテンツマーケット側に故意、重過失がない限り、コンテンツマーケット側に生じた損害はユーザーが賠償すべきものとしている³⁵⁰。 ■ ユーザーが VN3 ライセンスに反したことで、クリエイターと第三者に紛争が生じた場合、ユーザーの責任で解決するものとし、また、ユーザーは、クリエイター又は第三者に与えた一切の損害を賠償する責任を負うものとしている。ただし、解決方法についてクリエイターの指示がある場合はそれに従うものとしている³⁵¹。

³⁴⁶ サービス共通利用規約の第 30 条

³⁴⁷ VN3 ライセンスの第 8 条

³⁴⁸ サービス共通利用規約の第 30 条

³⁴⁹ VN3 ライセンスの第 8 条

³⁵⁰ サービス共通利用規約の第 13 条

³⁵¹ VN3 ライセンスの第 6 条

図表 3-17 VN3 ライセンスにおける個別条件項目例

カテゴリー	個別条件項目例
利用主体	■ 個人利用（非営利有償目的³⁵²、営利）、法人利用を許諾するかどうか
オンラインサービスへのアップロード	■ ソーシャルコミュニケーションプラットフォーム（cluster、VRChat など）、オンラインゲームプラットフォームへのアップロードを許諾するかどうか
加工	■ 調整³⁵³、外観を損なわない範囲でのポリゴン数削減、ファイル形式変換を許諾するかどうか ■ コンテンツ又はそのパーツを改変³⁵⁴することを許諾するかどうか ■ 他のデータを改変する目的でコンテンツ又はそのパーツを用いることを許諾するかどうか ■ 調整又は改変を第三者に委託することを許諾するかどうか
再配布・配布	■ 未改変状態での再配布を許諾するかどうか ■ 改変したデータの配布を許諾するかどうか
メディア・プロダクトへの利用	■ 映像作品、配信（YouTube など）、放送への利用を許諾するかどうか ■ 出版物、電子出版物への利用を許諾するかどうか ■ グッズへの利用を許諾するかどうか ■ 製品開発等のためにソフトウェアに組み込み、容易に取り出せない状態にして配布することを許諾するかどうか
二次創作	■ 二次創作を許諾するかどうか
センシティブな表現	■ 性的表現、暴力的表現、政治活動・宗教活動への活用を許諾するかどうか
その他	■ 利用時のクレジットの表記が必要かどうか ■ 権利義務の第三者への譲渡を許諾するかどうか

³⁵² VN3 ライセンスにおいて、「利益を上げることが目的とせず、かつ原材料費や必要経費程度の支出を補うために、対価（中略）を受け取るための行為。（中略）明らかに商売目的と呼べるほどの利益ではない場合は、多少の利益は許容され」と規定している。

³⁵³ VN3 ライセンスにおいて、「本データを正常に用いるために、必要最小限度の範囲内において行う修正。ウェイトやリグの微修正などを含」むとしている。

³⁵⁴ VN3 ライセンスにおいて、「調整の範囲を超えて、本データの全部または一部を加工し、本データと異なる状態に」するものとしている。

第9節 Unity Asset Store

1. 概要

- Unity Asset Store は、メタバースのコンテンツ制作に使われることが多い、ゲームエンジンであり、制作プラットフォームである Unity で活用できる、ゲーム開発やメタバースのコンテンツ開発、アニメーション制作、動画編集などに使われる 3D モデル素材、動画素材、音声素材、画像素材、ソフトウェア素材（AI、ブロックチェーンなどのアドオン）等の「アセット」が取引されているコンテンツマーケットである。
- Unity 公式アセットが基本的に無償で提供されている他、外部クリエイターの個人又は法人である「プロバイダー」も、メタバースで利用されることを想定したコンテンツを販売又は無料で配布している。
- Unity Asset Store を運営している Unity Technologies 社は、元々、2004 年にデンマークでゲーム会社の Over the Edge Entertainment 社として設立され、ゲーム制作のために開発したゲームエンジンの価値提供に重点を置いて、後に Unity Technologies に社名変更、現在はサンフランシスコに本拠地を置いている³⁵⁵。
- Unity Asset Store で販売されている各種「アセット」のうち、メタバースでの利用が想定されるコンテンツは、基本的には、「3D」のカテゴリーに該当する。「3D」は、「環境」「キャラクター」「小道具（Props）」「植生」「乗り物」「アニメーション」「GUI」のサブカテゴリーに分類されている。

図表 3-18 Unity Asset Store で取引されている 3D モデル素材のサブカテゴリー

サブカテゴリー	内容
環境	大自然の景観、都市の景観、歴史的景観、工業施設・設備、道路、SF 系、ダンジョン、ファンタジー系、その他のワールドなど。 ワールドの 3D モデル素材に該当する。
キャラクター	動物、クリーチャー、ロボット、ヒューマノイドなどのアバター、アイテムなど。 アバターやアイテムの 3D モデル素材に該当する。
小道具（Props）	家具、その他のインテリア、遊具、その他のエクステリア、業務用備品（工場、展示会、病院など）、電子機器、運動用具、飲食物、銃、刀剣、その他の武器、ホラーの備品、その他の小道具、衣装、その他のアクセサリーなど。 ゴルフクラブであればスウィング、刀剣であれば抜刀などのギミックが付いているものもある。 アクセサリー、その他のアイテムの 3D モデル素材に該当する。
植生	ワールドに配置する花、木など。 アイテムの 3D モデル素材に該当する。
乗り物	車、船、航空機、宇宙船など。 アイテムの 3D モデル素材に該当する。
アニメーション	ダンス、運動、飛行、ファイティング、工事、接客等、アバターの姿勢や動作のギミックなど。
GUI	3D のアイコンなど。

³⁵⁵ Pagan Research, LLC の企業データベース (<https://paganresearch.io/company/unity-technologies>)

2. 利用規約・ガイドライン等

以下のような利用規約・ガイドライン等が示されている。

コンテンツマーケットでの取引であるが、クリエイターとユーザーの間の権利関係についても、デフォルトの規約をコンテンツマーケットとして示している。ただし、各コンテンツの販売条件として個別に追加制約事項が示されることもある³⁵⁶。本調査研究では、デフォルトとして示されている EULA などの規約類に基づいて規定内容の分析を行った。

- 利用規約³⁵⁷
- EULA（エンドユーザーライセンス規約）³⁵⁸
- プロバイダー規約³⁵⁹

3. サービスの利活用とその際の創作保護の状況・実態

Unity Asset Store の利用とその際のデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況・実態をまとめると図表 3-19 のようになっている³⁶⁰。

図表 3-19 Unity Asset Store におけるデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況・実態

コンテンツプラットフォームを利用した際の権利の帰属	
⑤ クリエイターのコンテンツ供給、コンテンツプラットフォームの介在	■ コンテンツマーケット側は、「プロバイダー」から提供された「アセット」についての権利を、基本的には取得しないものとしている³⁶¹。 ■ ただし、「プロバイダー」は、コンテンツマーケット側に、コンテンツマーケットで「アセット」を配布し販売するための非独占的な、ロイヤリティフリーのライセンスをコンテンツマーケット側に付与するものとしている。

³⁵⁶ EULA の第 2 条

³⁵⁷ 「Asset Store Terms of Service」 (<https://unity.com/ja/legal/as-terms>)

³⁵⁸ 「Asset Store End User License Agreement」 (<https://unity.com/ja/legal/as-terms>)

³⁵⁹ <https://unity.com/ja/legal/provider>

³⁶⁰ 2023 年 11 月 30 日時点

³⁶¹ プロバイダー規約の第 5 条

	■ また、コンテンツマーケットのマーケティングや「アセット」のデモンストレーションのために、提供した「アセット」を複製、改変、利用、配布するための、ワールドワイドの、非独占的な、ロイヤリティフリーのライセンスを Unity に付与するものとしている。 ■ また、「プロバイダー」がコンテンツマーケットの利用を終了し、「アセット」を削除した場合でも、それ以前にライセンス付与を受けたユーザーが、「アセット」のコピーを保持し、使用することを許諾するものとしている。 ■ 「プロバイダー」は、提供する「アセット」の知的財産権を保有しているか、コンテンツマーケット側にライセンスを付与するのに必要な許諾を得ていることを保証するものとしている³⁶²。 ■ 不適切な「アセット」（不正確、有害、わけつ、中傷的、暴力的、嫌がらせなどを例示）の提供を禁止している³⁶³。 ■ コンテンツマーケットにおける「アセット」の扱いが、輸出規制の対象となることがあり得、「プロバイダー」は国内外の全ての輸出関連法令を遵守しなければならないとしている³⁶⁴。 ■ コンテンツマーケット側の独自の判断で、利用規約や法令違反、第三者の知的財産権、その他の権利の侵害、好ましくない「アセット」を監視し、削除、編集、ブロックできるものとする一方で、コンテンツマーケット側でそうする義務は負わないとしている³⁶⁵。
--	---

³⁶² プロバイダー規約の第 6 条

³⁶³ プロバイダー規約の第 5 条

³⁶⁴ プロバイダー規約の第 16 条

³⁶⁵ 利用規約の第 3 条

	■ 「プロバイダー」は、書面による事前の承認なしに、規約に基づく権利等を譲渡できないとする一方、コンテンツマーケット側は、「プロバイダー」の事前の承認なしに譲渡できるとしている³⁶⁶。
⑥ ユーザーによるコンテンツ利用	■ コンテンツマーケット内で提供された「アセット」の知的財産権、その他の権利は、「プロバイダー」に留保されるとしている³⁶⁷。 ■ 「アセット」の提供を受けたエンドユーザーは、それにオリジナルの創作を加えて、他のアプリケーションソフトやデジタルメディア（メタバース用コンテンツなど）に組み込み、その組み込み製品を、使用、複製、公衆送信、配布、商用利用、宣伝目的で物理媒体に使うことができる、ワールドワイドの、非排他的な、譲渡できない、永久のライセンスを受けるものとしている。その際に「アセット」に必要な変更を加えることも許諾している。 ■ エンドユーザーは、提供を受けた「アセット」を、自身が所有する無制限の数の PC に、インストールして使用することができるとしている。さらに、「マルチエンティティ」のライセンスを受けたエンドユーザーの場合は、そのエンドユーザーの関連会社や請負会社もライセンスを付与されるものとしている³⁶⁸。 ■ コンテンツマーケット内で不快なコンテンツに出くわす可能性があるが、サービスを利用する上でそれを受け入れることに同意するものとしている。

³⁶⁶ プロバイダー規約の第 16 条

³⁶⁷ EULA の第 9 条

³⁶⁸ EULA の第 2 条

		■ コンテンツマーケットからライセンスを取得したコンテンツの二次的著作物の作成、配布、販売、サブライセンス供与、貸与を禁じている³⁶⁹。 ■ コンテンツマーケット側で、コンテンツが規約等に違反していると判断した場合、ユーザーの管理下にある PC 等から当該コンテンツを削除するよう要求する権利を保持するものとしている³⁷⁰。 ■ 「プロバイダー」は、その旨の特別契約を締結している場合にのみ、エンドユーザーにサポートサービスを提供するものとしている³⁷¹。 ■ 「プロバイダー」は、その旨の特別契約を締結している場合にのみ、追加の支払いを要求することなく、エンドユーザーにアップグレード・バージョンを提供するものとしている³⁷²。 ■ 規約上、18 歳以上を利用要件としている³⁷³。
プラットフォームとクリエイター間の収益の分配		
	⑦ コンテンツプラットフォームの収益	■ 「プロバイダー」は、コンテンツマーケット側の裁量で、年 2 回以内、1 回につき 14 日以内のプロモーション割引を行うキャンペーン実施に同意するものとしている。 ■ コンテンツマーケット側の裁量で、ユーザーが「プロバイダー」に対して、ライセンス料金に加え、任意かつ返金不可の寄付（「プログラム資金」）をできるようにする「クリエイターサポートプログラム」を開始できるものとしている³⁷⁴。

³⁶⁹ 利用規約の第 3 条

³⁷⁰ 利用規約の第 2 条

³⁷¹ EULA の第 3 条

³⁷² EULA の第 8 条

³⁷³ 利用規約の第 1 条

³⁷⁴ プロバイダー規約の第 1 条

	■ 「プロバイダー」はライセンス料金を米ドルで任意に設定でき、コンテンツマーケット側は、適切とみなす他の通貨でユーザーに表示できるものとしている。 ■ 販売代金から送金手数料、源泉徴収税を差し引いた金額の 70%が「プロバイダー」に配分されると規定している。ただし、「プログラム資金」については、送金手数料と源泉徴収税を差し引いた全額が「プロバイダー」に配分されるとしている。 ■ 「アセット」を無料で配布する場合、将来においても、料金を徴収してはならないとしている。また、無料で配布する場合も、「プログラム資金」を受け取る権利は持っているとしている³⁷⁵。
⑧ クリエイターの収益	■ 販売代金から送金手数料、源泉徴収税を差し引いた金額の 70%がクリエイター側の収益となる。 ■ また、ユーザーからクリエイターへの投げ銭として支払われた「プログラム資金」から送金手数料、源泉徴収税を差し引いたものもクリエイター側の収益となる。 ■ 「アセット」を無料で配布する場合、コンテンツマーケット内の販売ページにおいて「donations accepted」と表示し、「プロバイダー」独自の Web サイト上で、独自の決済システムを使って、寄付を募ることができるとしている。その際、当該「アセット」の拡張バージョンを提供してはならないとしている³⁷⁶。 ■ 提供した「アセット」をダウンロードしたユーザーは、「アセット」に関する評価を示すことができ、コンテンツマーケット側は独自の裁量により、評価を用いて「アセット」の配置を決めることができるものとしている³⁷⁷。

³⁷⁵ プロバイダー規約の第 4 条

³⁷⁶ プロバイダー規約の第 4 条

³⁷⁷ プロバイダー規約の第 5 条

		■ 「プロバイダー」は、提供した「アセット」のメンテナンス、サポートの責任を単独で負うものとしている³⁷⁸。 ■ 「プロバイダー」は、提供した「アセット」のアップグレード・バージョンを、Unity やユーザーに無償で提供するものとしている³⁷⁹。
紛争解決		
	準拠法令	■ デンマークの法令が適用されるとしている^{380, 381}。
	裁判管轄やそのための要件	■ 本規約に関連して生じるあらゆる紛争は、デンマーク仲裁協会による簡易仲裁手続の規則に従って、デンマーク仲裁協会が管轄する簡易仲裁によって解決されるものとしている^{382, 383}。
	その他、創作物に関する紛争の解決手段	■ 「プロバイダー」は、規約や法令違反に関連して、コンテンツマーケット側や第三者が被る可能性のあるあらゆる損害について、単独で責任を負うものとしている³⁸⁴。 ■ 「プロバイダー」は、コンテンツマーケットの利用に際して、規約違反や、第三者の著作権、商標権、営業秘密、トレードドレス、特許、その他の知的財産権の侵害等による第三者からの請求に対して、コンテンツマーケット側の関連会社、役員、従業員を擁護し、損害を補償するものとしている³⁸⁵。 ■ コンテンツマーケット側は、「プロバイダー」が提供したコンテンツが自身の知的財産権を侵害していると主張する第三者に対して連絡先の情報を伝えることができるものとしている³⁸⁶。

³⁷⁸ プロバイダー規約の第 4 条

³⁷⁹ プロバイダー規約の第 9 条

³⁸⁰ 利用規約の第 12 条

³⁸¹ プロバイダー規約の第 16 条

³⁸² 利用規約の第 12 条

³⁸³ プロバイダー規約の第 16 条

³⁸⁴ プロバイダー規約の第 5 条

³⁸⁵ プロバイダー規約の第 14 条

³⁸⁶ プロバイダー規約の第 3 条

第10節 MakeAvatar

1. 概要

- MakeAvatar は、VRChat と公式パートナーとして連携している株式会社 Gugenka が提供する、簡単な操作によってオリジナルアバターを作成できるスマートフォンアプリである。
- 同社が運営する XR コンテンツ専門ストア「XMarket」でアバターやアバターに着せる衣装等を購入し、MakeAvatar でアバター作成に使用できるようになっている。
- MakeAvatar は、アバター投稿プラットフォームの VRoid Hub、ライブ配信プラットフォームの SHOWROOM、あるいは、VRChat、DOOR、VirtualCast などのメタバースプラットフォームと連携しており、MakeAvatar で作成したアバターをこれらの様々なメタバース等のサービスで使うことができる、アバター制作プラットフォームとなっている³⁸⁷。
- プラットフォーム事業者のブランドとして提供するアバター（化体、ちび化体、極ぼり）の他、株式会社テレビ東京や株式会社サンリオなどと提携したアバターブランド（それぞれ、ミラフィー、Mochipoly）も提供されている。プラットフォーム事業者のアバターブランドの中にも、オリジナルコンテンツの他、外部のクリエイターや権利者（『プリキュアバーチャルワールド』を共催している東映アニメーション株式会社など）と提携して提供しているものがある。
- なお、「XMarket」では、アニメキャラクターなどを AR 表示するデジタルフィギュアのプラットフォーム「HoloModels」のコンテンツも提供されている。
- Google Play、AppStore でダウンロードして利用できるようになっている。

2. 利用規約・ガイドライン等

以下のような利用規約・ガイドライン等が示されている。

- XMarket 利用規約³⁸⁸
- MakeAvatar 利用に関するガイドライン³⁸⁹

3. 利用規約等に見るデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況、実態

MakeAvatar の利用とその際のデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況・実態をまとめると図表 3-20 のようになっている³⁹⁰。

³⁸⁷ <https://xr-marketplace.com/makeavatar/play>

³⁸⁸ <https://xr-marketplace.com/terms>

³⁸⁹ <https://xr-marketplace.com/makeavatar/terms>

³⁹⁰ 2023 年 12 月 14 日時点

図表 3-20 MakeAvatar におけるデザインコンテンツの財産的権利の保護環境の状況・実態

コンテンツプラットフォームを利用した際の権利の帰属		
	⑤ クリエイターのコンテンツ供給、 コンテンツプラットフォームの介在	■ ユーザーがコンテンツを購入しても、著作権、商標権等、全ての知的財産権は、プラットフォーム事業者又はライセンサー等の元の権利者が保有したままとしている³⁹¹。
	⑥ ユーザーによるコンテンツ利用	■ ユーザーには、自身のアバターとしての利用権が付与されるものとしている。 ■ ユーザーは、コンテンツを、各種 SNS サービスに投稿してよいとしている。ただし、プラットフォーム事業者やライセンサー等の権利元から要請があった場合は、投稿したものを削除しなければならないとしている³⁹²。 ■ ただし、個人利用³⁹³については、商用配信や二次的創作も可能であるが、商品化については要問い合わせとしている。ただし、提携ブランドのコンテンツについては、商用配信、二次的創作は許可されていない。 ■ また、法人利用は通常のアバター利用は許可されているが、商用配信、二次的創作、商品化は要問い合わせとしている。ただし、提携ブランドのコンテンツについては、法人利用は許可されていない³⁹⁴。 ■ ユーザーは、プラットフォーム事業者による書面による事前の承諾なしに、利用規約上の権利を他者に譲渡できないとしている³⁹⁵。

³⁹¹ XMarket 利用規約の第 15 条

³⁹² XMarket 利用規約の第 15 条

³⁹³ MakeAvatar 利用に関するガイドラインにおいて、「MakeAvatar を利用しての収益が年間 1,000 万円みまんの個人の利用」としている。

³⁹⁴ MakeAvatar 利用に関するガイドラインの第 2 条

³⁹⁵ XMarket 利用規約の第 17 条

プラットフォームとクリエイター間の収益の分配

⑦ コンテンツプラットフォームの収益

- MakeAvatar を使うと、顔や体のパーツの形状をスライダーで細かく調整するなどして、ユーザーの好みのアバターを作ることができるが、併設されたコンテンツマーケット「XMarket」で、プラットフォーム事業者内外のクリエイターが制作したアバターや衣装を購入して、アバター作成に利用することができるようになっている。
- MakeAvatar は、VRChat、DOOR、VirtualCast などのメタバースプラットフォームと連携しており、MakeAvatar で作成したアバターをこれらの様々なメタバース等のサービスで利用することができる。その際に、不慣れなユーザーには難しい Unity などの知識がなくても、スマートフォンだけで、MakeAvatar から直接、これらのメタバースプラットフォームにアバターをセットできる「コンプリートセット機能」が提供されている³⁹⁶。
- 特に、VRChat 用にセットアップするには、「アバターを登録するためのスロットを VRChat 上に作成するチケット」である有料の「スロットチケット」と、「アバターをスロットへ登録するためのチケット」である有料でアップロードする度に消費する「アップロードチケット」が必要となっている³⁹⁷。
- MakeAvatar は、アバター制作プラットフォームとして、バーチャルライブを行いたいリアルアーティストに対し、オリジナルアバターの提供を行っている³⁹⁸。

³⁹⁶ 株式会社 Gugenka のプレスリリース「人気アバターをスマホだけで VRChat にアップロード MakeAvatar『コンプリートセット機能』提供開始」
(<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000144.000074603.html>)

³⁹⁷ XMarket の「スロットチケット（1 スロット）+アップロードチケット 1 枚」の商品説明 (<https://x-marketplace.com/package/583>)

³⁹⁸ MakeAvatar の Web サイトの「リアルアーティスト事例紹介」 (<https://makeavatar.jp/artist>)

		■ また、MakeAvatar は、アバター制作プラットフォームとして、バーチャル YouTuber などに対しても、オリジナルアバターの提供を行っている³⁹⁹。
	⑧ クリエイターの収益	■ 基本的に、プラットフォーム事業者のブランドとしてアバターを提供しており、クリエイターが直接、プラットフォームに対してコンテンツを供給するようにはなっていないが、提供するコンテンツの中には、プラットフォーム事業者のオリジナルコンテンツの他、外部のクリエイターと提携して提供しているコンテンツもある⁴⁰⁰。 ■ 実際に、MakeAvatar の「コンプリートセット機能」を使って、アバターを販売したい外部のクリエイターを募集しているところである。⁴⁰¹
紛争解決		
	準拠法令	■ 準拠法令は日本法⁴⁰²
	裁判管轄やそのための要件	■ 本サービスに関連して紛争が生じた場合は、プラットフォーム事業者の本店所在地（新潟県新潟市）を管轄する裁判所を専属的合意管轄としている⁴⁰³。
	その他、創作物に関する紛争の解決手段	■ 本サービスに関連して、ユーザーと他のユーザー又は第三者との間において生じた紛争等について一切責任を負わないものとしている⁴⁰⁴。 ■ 利用規約に違反して、著作権等の知的財産権に関する紛争が生じた場合、ユーザーの責任で解決するとともに、プラットフォーム側に何ら損害を与えてはならないとしている⁴⁰⁵。

³⁹⁹ MakeAvatar の Web サイトの「アバターブランド」（<https://makeavatar.jp/brand>）

⁴⁰⁰ XMarket の Wb サイトの「お知らせ」の「クリエイターコラボのアバター衣装が登場！」（<https://x-marketplace.com/news/makeavatar/posts/58>）

⁴⁰¹ 株式会社 Gugenka のプレスリリース「人気アバターをスマホだけで VRChat にアップロード MakeAvatar 『コンプリートセット機能』提供開始」（<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000144.000074603.html>）

⁴⁰² XMarket 利用規約の第 18 条

⁴⁰³ XMarket 利用規約の第 18 条

⁴⁰⁴ XMarket 利用規約の第 12 条

⁴⁰⁵ XMarket 利用規約の第 15 条

第3章 メタバースプラットフォーム等の利用規約等の特徴まとめ

ここでは、第2章で調査結果を示した、メタバースプラットフォーム等の利用規約等の特徴をまとめる。

図表 3-21 メタバースプラットフォーム等の利用規約等の特徴まとめ

利用・取引形態	メタバースプラットフォーム等	国・地域	主なユースケース	メタバース	取引の場	制作ツール	全般的な特徴	権利の帰属	プラットフォームとクリエイターの間の収益の分配	紛争解決
メタバースプラットフォームでの制作・利用	cluster	日本	コミュニティ形成	○	○	○	イベントの運営、ワールドの作成、アバターの作成など、収益を得たいクリエイターと、具体的にどのように利用するのか知りたいユーザーに寄り添った観点での規定となっている。	クリエイターが作成したコンテンツの知的財産権は当該クリエイターに帰属したままとし、プラットフォームでの利用及び宣伝広告に必要な許諾をさせるようになっている。プラットフォーム事業者又は同社が利用を許諾した第三者に対して著作権人格権を行使しないものとしている。	有料イベントへの参加、有料ワールドへの入場、アイテムの購入などで、ユーザーが支出した分は基本的にプラットフォーム側が包括的に取得し、そのうちの一定割合をクリエイターに還元するような仕組みになっている。バーチャルライブ、バーチャルファンイベント、バーチャルマーケット、バーチャルスタジアム、バーチャル展示場などの法人利用のユースケースを提案し、自社で法人利用のワールド制作を受託するクリエイターを抱え、また、外部のクリエイターと利用企業をつなぐ体制も整えている。	準拠法は日本法 東京地裁・簡裁を専属合意裁判管轄とする。 ユーザーが、他のユーザーあるいは第三者との間で紛争を生じた場合、直ちにその内容をプラットフォーム事業者へ通知し、ユーザーの責任において紛争を処理、報告すべきものとし、プラットフォーム事業者が第三者から請求を受けたときは、ユーザーがその金額を賠償すべきものとしている。

利用・取引形態	メタバースプラットフォーム等	国・地域	主なユースケース	メタバース	取引の場	制作ツール	全般的な特徴	権利の帰属	プラットフォームとクリエイター間の収益の分配	紛争解決
	VRChat	米国	コミュニティ形成	○			当然の内容も含め、問題となり得る様々な具体的なケースを想定した詳細な規定がなされている。利用の年齢制限を明記。米国による経済制裁対象国からの利用を禁止。	ユーザーが投稿したコンテンツの著作権等の権利は元の権利者が保持したままとし、プラットフォームでの利用及びストーリーミングに必要なライセンスを付与させるものとなっている。	現状、プラットフォーム側はコアユーザーのサブスクリプションで少し収益が出ていると考えられるが、プラットフォームとしてのマネタイズ手法は構築途上。ただし、クリエイターをまとめるような役割のプロダクション会社との個別契約で、収益を得ていると考えられる。クリエイターエコノミーは外部のコンテンツマーケット上で形成されており、今後、クリエイターエコノミーの形成に対して、プラットフォームとしてより関与を深めていく方向。	準拠法はカリフォルニア州法 裁判所での訴訟ではなく、非公開の仲裁による解決を原則とする。集団訴訟、代表訴訟を原則排除。 ユーザーが、他のユーザーあるいは第三者との間で紛争を生じた場合は、ユーザーとその第三者との間で直接紛争を解決すべきものとしている。ユーザーによるプラットフォームの使用に関連して、知的財産権の侵害、その他で、プラットフォーム事業者やその役員、従業員、サプライヤー等が、第三者から請求を受けたときは、ユーザーはこれを擁護し、補償すべきものとしている。

利用・取引形態	メタバースプラットフォーム等	国・地域	主なユースケース	メタバース	取引の場	制作ツール	全般的な特徴	権利の帰属	プラットフォームとクリエイター間の収益の分配	紛争解決
	Resonite	欧州	コミュニティ形成	○			NeosVR から開発者チームが独立。使い方の自由度の高さが特徴であり、また、ベテランのユーザーが助けを必要とする新しいユーザーをボランティアベースでサポートしたり、仮想世界を共同で創作していったりするような文化が形成されているのが特徴。プラットフォーム内のコンテンツは非商用目的の個人利用、及び、企業内利用を許可している。	ユーザーが投稿したコンテンツの著作権等の権利は元の権利者が保持したままとし、プラットフォームでの利用、プラットフォーム側での広告利用、商用利用、サブライセンス供与に必要なライセンスを付与させるものとなっている。法律で放棄が禁止されていない限り、著作者人格権も放棄するものとしている。プラットフォーム内で公開されているコンテンツは、ユーザーが自由に「インベントリー」に保存でき、他のユーザーが作成して共有したコンテンツを自由に使用できるようになっている。	リリース間もないものの、「インベントリー」の管理などに使うストレージ容量の増量等の特典がある、有料のメンバーシップを既に獲得している。今後、企業のオンライン会議の場、バーチャルライブ会場として使う用途、教育・学習、医療などの商用利用の用途を開発し、収益化を図る方向と考えられる。クリエイターエコノミーの形成に向けては、「マーケットプレイス」機能の実装が計画されている。	準拠法はチェコの法令だが、EU 内に居住する消費者は、居住国の法律の保護も受けることができるとしている。仲裁による解決を原則とする。集団訴訟、代表訴訟を排除。ただし、知的財産権の執行、保護、有効性に関する紛争や差し止めの請求については訴訟による。ユーザー間で紛争が生じた場合、極力激化しないように努力することを要請。収まらない場合は、ワールドをアクティブにしたセッションホスト又はそのモデレーター（セッションホストが指名）が間に入って解決を図ることを要請。
	HoYoverse	中国	オープンワールドゲーム	○			主な制作はプラットフォーム側で完結し、一般のクリエイターにはそのファンコミュニティとして関与してもらうようなモデル。グローバル展開に力を入れており、紛争解決手段等に詳細な規定を置いている。	各タイトルそのものは基本的にプラットフォーム側で開発しており、外部の一般クリエイターが開発するようにはなっていない。	プラットフォームとして主に Free-to-play モデルでユーザーを集め、ゲームを有利に進めたいなどのユーザーからの課金収益を得ている。	準拠法はシンガポールの法令だが、利用規約がユーザーの国・地域の法令と矛盾する場合は、ユーザーの国・地域の法令が優先して適用されるとしている。仲裁による解決を原則とする。

利用・取引形態	メタバースプラットフォーム等	国・地域	主なユースケース	メタバース	取引の場	制作ツール	全般的な特徴	権利の帰属	プラットフォームとクリエイターの間の収益の分配	紛争解決
								ユーザーは基本的に投稿したコンテンツに対するいかなる権利主張もできないとしている。 法律で放棄が禁止されていない限り、著作権者人格権も放棄するものとしている。	クリエイターの創作活動を支援するため、プレイ動画やタイトルに関連したアート動画、アニメ等の投稿にインセンティブを供与している。	集団訴訟、代表訴訟を排除。 プラットフォーム事業者は、ユーザー間の紛争を監視したり参加したりする権利を有し、プラットフォーム側の独自の判断で、ユーザーをブロックしたりできるものとする一方で、それはプラットフォーム側の義務ではなく、専らユーザー側の責任。プラットフォーム事業者やその役員、従業員、サプライヤー等が、請求を受けたときは、ユーザーはこれを補償し、免責すべきものとしている。
	Honnverse (虹宇宙)	中国	仮想生活、NFT資産のコレクション	○	○		NFT資産の取引、コレクションができるのが特徴で、NFT資産の取引を行うことを前提とした規定を置いている。 中華人民共和国の法令に違反してはならないことを強調。	ユーザーがプラットフォーム内でコレクションを購入したとしても、その著作権は元の権利者が保有したままであり、プラットフォームの中での収集、鑑賞、展示等の利用のみできるものとなっている。	プラットフォームとしては仮想住宅の販売収益を得ている。 クリエイターはコレクションの出品により売上を得ている。	準拠法は中華人民共和国の法令 ユーザーの利用規約違反により、第三者から請求があった場合は、ユーザーが単独で責任を負い、ユーザーにはそれに伴って生じたプラットフォームの損失を補償する責任がある。

利用・取引形態	メタバースプラットフォーム等	国・地域	主なユースケース	メタバース	取引の場	制作ツール	全般的な特徴	権利の帰属	プラットフォームとクリエイターの間の収益の分配	紛争解決
										ユーザーが投稿したコンテンツに対して、第三者がプラットフォームに権利侵害の通知をしたときは、ユーザーが侵害の可能性を排除するための書面による証拠を提出しない限り、プラットフォーム側で侵害の疑いのあるコンテンツを削除することに同意するとしている。
	ZEPETO	韓国	アバターの着せ替え	○	○	○	スマホで利用できるメタバースアプリ。 GUCCI などの高級ブランドと提携し、実際にブランドで販売しているファッションをバーチャルアイテム化して販売。 コンテンツの制作に関わり、収益を得たいクリエイターが、どのような点に注意して、どのようにコンテンツを制作すればよいのかを、詳細な具体例を含めて丁寧に示した規約になっている。 日本国内のユーザーに対して、準拠法や裁判管轄の合意について特則を設けている。	クリエイターが作成したコンテンツの知的財産権は当該クリエイターに帰属したままとし、プラットフォームでの利用及び広告利用、販売、サブライセンス供与、機械学習、研究開発目的での利用に必要な許諾をさせるようになっている。	プラットフォームとしては主に Free-to-play モデルでユーザーを集め、アイテムを購入したいユーザーからの課金収益を得ている。 クリエイターが投稿したアイテムの販売収益のうちの一定割合をクリエイターに還元するような仕組みになっている。	準拠法は各国の法令に相反しているか否かに関らず大韓民国法。 ただし、日本国内のユーザーについては日本法。 ユーザーは、ユーザーコンテンツにより発生する一切の紛争に対して全面的に責任を負い、プラットフォーム事業者は、故意、重過失がない限り、いかなる責任も負わない。

利用・取引形態	メタバースプラットフォーム等	国・地域	主なユースケース	メタバース	取引の場	制作ツール	全般的な特徴	権利の帰属	プラットフォームとクリエイター間の収益の分配	紛争解決
										ユーザーによるプラットフォームの使用やその際の法令違反、第三者の権利侵害に関連して、プラットフォーム事業者やその役員、株主、従業員等が、第三者から請求を受けたときは、ユーザーはこれを擁護し、補償すべきものとしている。
	Decentraland	—	仮想不動産開発・取引	○	○		ワールドが、仮想空間の全体地図を区画した、互いに隣接してそのまま行き来できる「LAND」上に配置されている。「LAND」の数には約9万の上限が設けられ、「LAND」を仮想不動産として特徴付けている。	「LAND」の各部分に対する全ての所有権は、その所有者にあるとしている。クリエイターが制作したコンテンツに対する全ての所有権及び知的財産権は、当該コンテンツを制作したクリエイターに帰属するとしている。	プラットフォーム側は、ワールドをその上に構築する「LAND」の販売収益を得ている。「LAND」の所有者は、仮想不動産開発を行い、価値を高めて売買することで差益を得ることができる。クリエイターはコレクションの制作、販売によって収益を得ることができる。プラットフォーム側はその取引の際に取引手数料を得ている。取引は独自の仮想通貨の「MANA」で行われるが、外部の仮想通貨取引所で取引することもできる。	準拠法令はパナマ法。仲裁による解決を原則とする。知的財産権が侵害されていると思う者は、侵害している当事者に直接連絡することを勧めている。なお、財団に連絡することもできる。また、財団は可能な限り侵害を与えている当事者に連絡して懸念を伝えるよう努める場合がある。

利用・取引形態	メタバースプラットフォーム等	国・地域	主なユースケース	メタバース	取引の場	制作ツール	全般的な特徴	権利の帰属	プラットフォームとクリエイター間の収益の分配	紛争解決
コンテンツプラットフォームでの制作・取引	BOOTH	日本	コンテンツ取引		○		クリエイターが、インターネット上に創作物を販売するブースを設置できるようにするサービス。基本的に、コンテンツマーケット側では、外部の一般クリエイターとユーザー間の利用規約の規定を行っておらず、クリエイター側でコンテンツ毎に規定するようになっている。	使用例が多いVN3 ライセンスにおいては、デフォルトでは、クリエイターが提供したコンテンツの知的財産権は当該クリエイターに帰属したままとし、ユーザーは、それを私的に利用、複製し、また、メタバースプラットフォームに投稿し、メタバースプラットフォームが、そのサービスを行うために必要な再許諾を行えるようになっている。	商品代金やクリエイターへの投げ銭の 5.6%+22 円程度がコンテンツマーケットのサービス利用料となり、それを差し引いた分がクリエイターの収益となる。	準拠法は日本法 コンテンツマーケットを介したクリエイターとユーザー間での取引に伴う各種作業、連絡、法的義務の履行及びトラブルの対処等は、契約当事者であるクリエイターとユーザー間で行うものとしている。 コンテンツマーケットの利用に関連して、ユーザーと第三者との間で紛争が生じた場合は、ユーザーの責任で解決するものとし、コンテンツマーケット側に故意、重過失がない限り、コンテンツマーケット側に生じた損害はユーザーが賠償すべきものとしている。

利用・取引形態	メタバースプラットフォーム等	国・地域	主なユースケース	メタバース	取引の場	制作ツール	全般的な特徴	権利の帰属	プラットフォームとクリエイター間の収益の分配	紛争解決
	Unity Asset Store	米国	コンテンツ制作＋取引		○	○	制作プラットフォームの Unity で活用できる 3D モデル素材等が取引されるコンテンツマーケット。基本的に、コンテンツマーケット側で、外部の一般クリエイターとユーザー間の利用規約を規定している。	クリエイターが提供したコンテンツの知的財産権は当該クリエイターに帰属したままとし、ユーザーは、それにオリジナルの創作を加えて、メタバース用コンテンツに組み込み、その組み込んだ制作物を使用、複製、公衆送信、配布、商用利用、宣伝目的で物理媒体での使用ができるようになっている。	コンテンツサプライヤーがビジネスできるエコシステムを形成するモデル。販売代金の 70%程度がクリエイターの収益となる。投げ銭はクリエイターの収益となる。	準拠法はデンマークの法令 「プロバイダー」は、規約や法令違反に関連して、コンテンツマーケット側や第三者が被る可能性のあるあらゆる損害について、単独で責任を負うものとしている。 「プロバイダー」は、コンテンツマーケットの利用に際して、規約違反や、第三者の知的財産権の侵害等による第三者からの請求に対して、コンテンツマーケット側の関連会社、役員、従業員を擁護し、損害を補償するものとしている。 コンテンツマーケット側は、「プロバイダー」が提供したコンテンツが自身の知的財産権を侵害していると主張する第三者に対して連絡先の情報を伝えることができる

利用・取引形態	メタバースプラットフォーム等	国・地域	主なユースケース	メタバース	取引の場	制作ツール	全般的な特徴	権利の帰属	プラットフォームとクリエイター間の収益の分配	紛争解決
	MakeAvatar	日本	アバター制作＋取引		○		アバターに特化した制作プラットフォーム。基本的に、プラットフォーム事業者のブランドとしてアバターを提供しており、クリエイターが直接、ユーザーに対してコンテンツを供給するマーケットではない。ただし、オリジナルコンテンツの他、外部のクリエイターや権利者と提携して提供しているものもある。	ユーザーがコンテンツを購入しても、知的財産権は元の権利者が保有したままであり、ユーザーには自身のアバターとしての利用権が付与されるものとしている。個人利用では商用配信や二次創作も可能、法人利用ではそれらは許可されていない。	ユーザーは無償の制作ツールを使って好みのアバターを作ることができるが、併設されたコンテンツマーケットで、プラットフォーム事業者内外のクリエイターが制作したアバターや衣装を購入して利用できるようにしている。不慣れなユーザーには難しい、メタバースへのアバターのセットアップを簡便にする機能の提供や、バーチャルYouTuber やリアルアーティストへのオリジナルアバターの提供も行っている。	準拠法は日本法 ユーザーと他のユーザー又は第三者との間において生じた紛争等について一切責任を負わない。利用規約に違反して、著作権等の知的財産権に関する紛争が生じた場合、ユーザーの責任で解決するとともに、プラットフォーム側に何ら損害を与えてはならない。

(注)「メタバース」「取引の場」「制作ツール」欄は各プラットフォームが、プラットフォームとして力点を置いて提供していると考えられる機能を「○」で示した。

第4部 仮想空間のデザイン創作に関する国内実態・意識調査

第1章 調査概要

第1節 調査目的

仮想空間、メタバースでの利用を想定した、3D モデル等のデザインやアートの制作を行ったことがある者を対象に、仮想空間のデザイン制作や模倣、紛争経験の実態、保護と利用のバランスに関する意識を問うアンケート調査を実施した。

第2節 調査方法・調査対象

- メタバースプラットフォームを横断した、メタバース・イベントの交流プラットフォームである「Metaverse Navi」の協力を得て（Metaverse Navi の Web サイト（<https://metaversenavi.net/>）、当該プラットフォーム上や関連コミュニティにおける告知を行いつつ、広くインターネット調査会社のモニターの中からも、仮想空間、メタバースでの利用を想定した、3D モデル等のデザインやアートの制作を行ったことがある者をスクリーニングし、メタバース・クリエイターからの回答を得た。
- 結果、425 名からの回答を得た。

※ 具体的な絞り込み条件は、資料編の「アンケート調査票」を参照。

第3節 調査項目

- デザイン制作の実態
 - 制作経験の有無
 - 関与度（現在、将来）
 - 主な制作形態
 - 収益方法、収入額
 - 他者のコンテンツや製品の参照
 - 現実空間の製品等のデザイン
- 模倣、紛争経験の実態
 - 模倣された経験
 - 模倣の内容等
 - 模倣への対応、対策
 - 模倣されてよいと思うかどうか
 - 模倣されていないかどうかの把握
 - 他者のコンテンツや製品等を模倣等したとのクレームを受けた経験
 - 他者からの模倣に関するクレームへの対応
 - 他者の模倣をしないための調査や確認
- 保護と利用のバランスに関する意識
 - 保護と利用のバランスに関する意見（制作のシーン毎）
 - 保護と利用のバランスに関する意見（全体として）
 - 類似デザインの許容
 - たまたま類似してしまったデザインを許さないことの影響
 - 意匠制度に関する知識、意匠制度の利用経験
 - デザイン保護や利用に関する行政への要望等（自由記述）

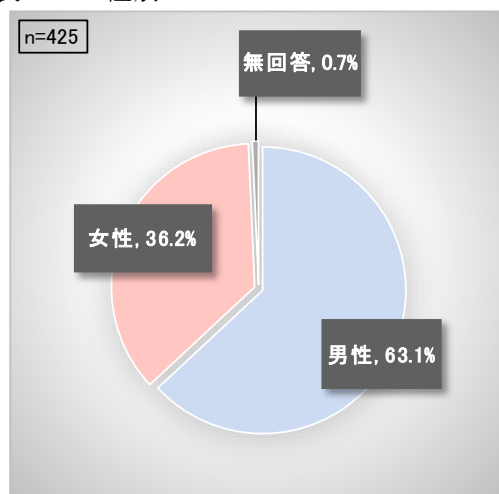
※ 具体的な調査項目は、資料編の「アンケート調査票」を参照。

第4節 調査時期

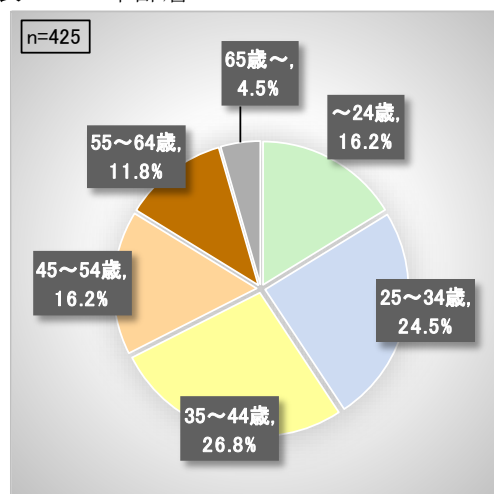
- 2023 年 12 月～2024 年 1 月

第5節 回答者属性

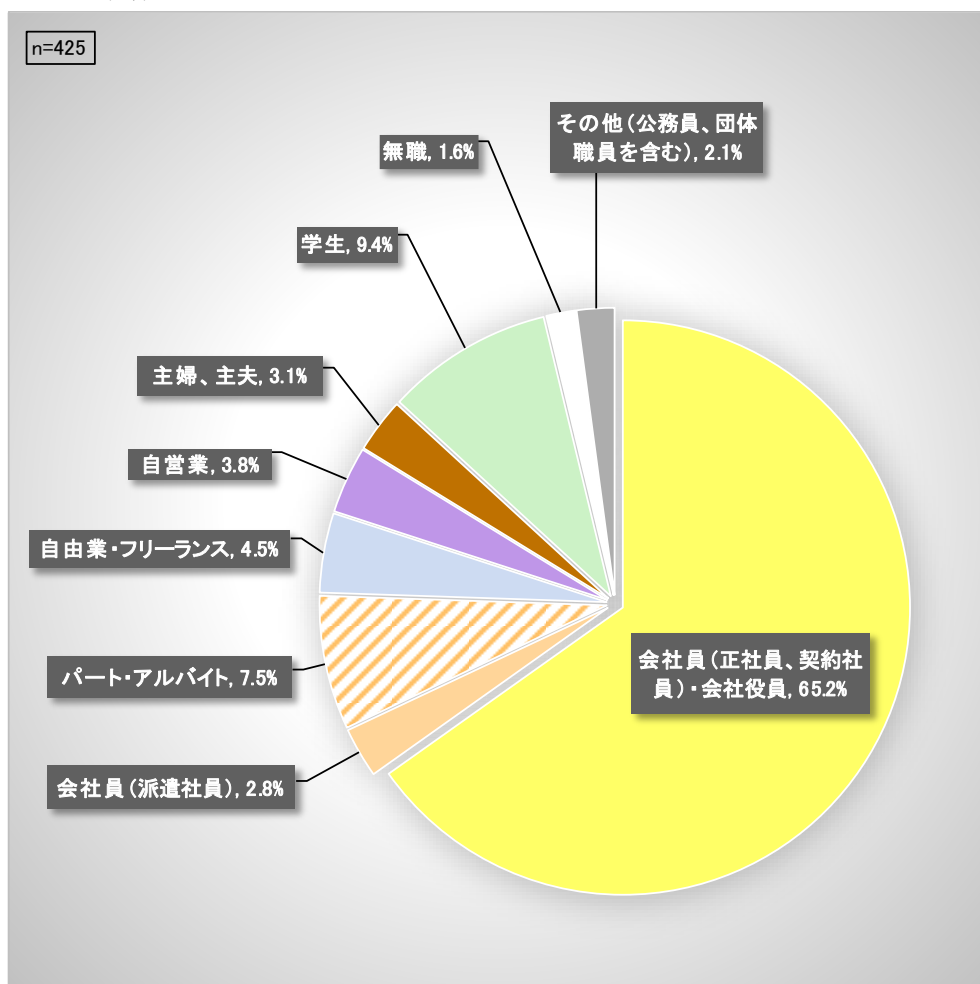
図表 4-1：性別



図表 4-2：年齢層



図表 4-3：主な職業

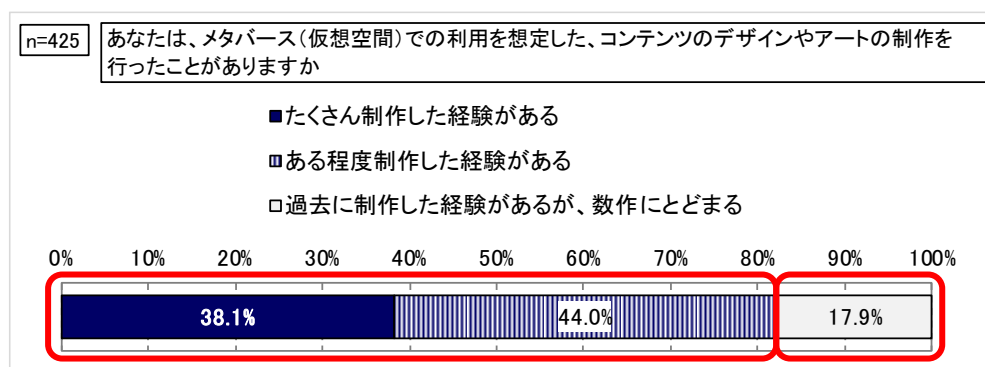


第2章 調査結果

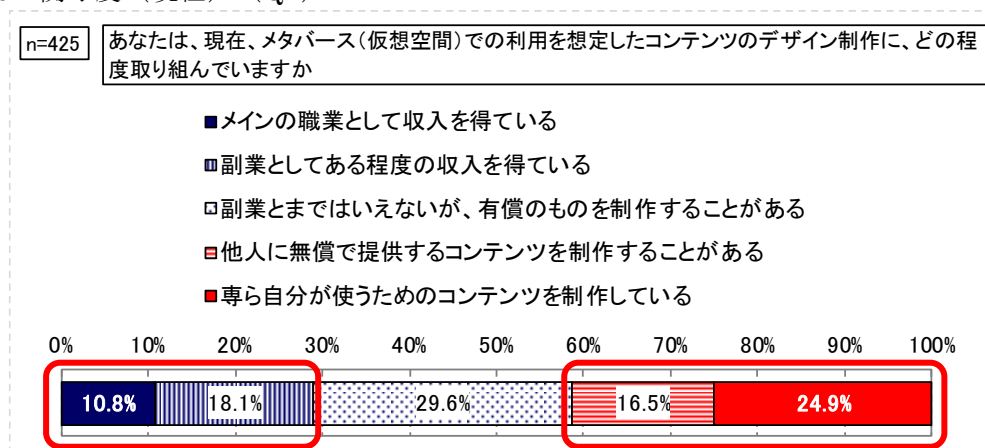
第1節 デザイン制作の実態

- メタバースでの利用を想定した、コンテンツのデザインやアートの制作を、有償、無償を問わず、これまで一度でも行ったことがある者を対象に調査を行った。ただし、単に練習用に作ったというのではなく、メタバースでの利用を想定した制作に限定した。ここでいう、メタバースでの利用には、自分で利用することも、他者に使ってもらうことも含むものとした。
- 一度でも制作経験がある者のうち、「数作にとどまる」のは 17.9%で、ある程度の数の制作経験がある（「たくさん制作した経験がある」「ある程度制作した経験がある」の合計）者が 82.1%であった（図表 4-4）。一度制作経験を持つと、数作にとどまらず、様々な制作に取り組んでいる様子が見えてくる。
- 現在、ある程度以上の収入を得ている（「メインの職業として収入を得ている」「副業としてある程度の収入を得ている」の合計）者は 28.9%であった。無償でのみ制作している（「他人に無償で提供するコンテンツを制作することがある」「専ら自分が使うためのコンテンツを制作している」の合計）のは 41.4%であった（図表 4-5）。

図表 4-4：制作経験の有無（SC1）

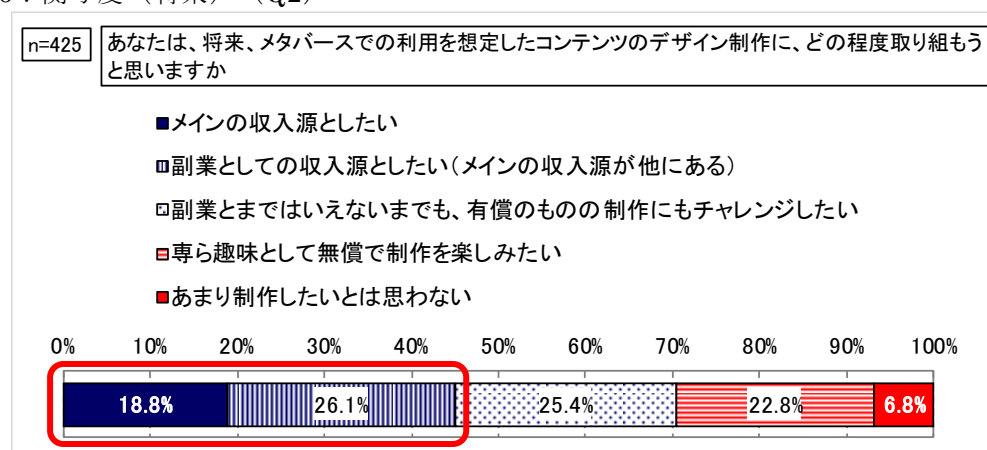


図表 4-5：関与度（現在）（Q1）

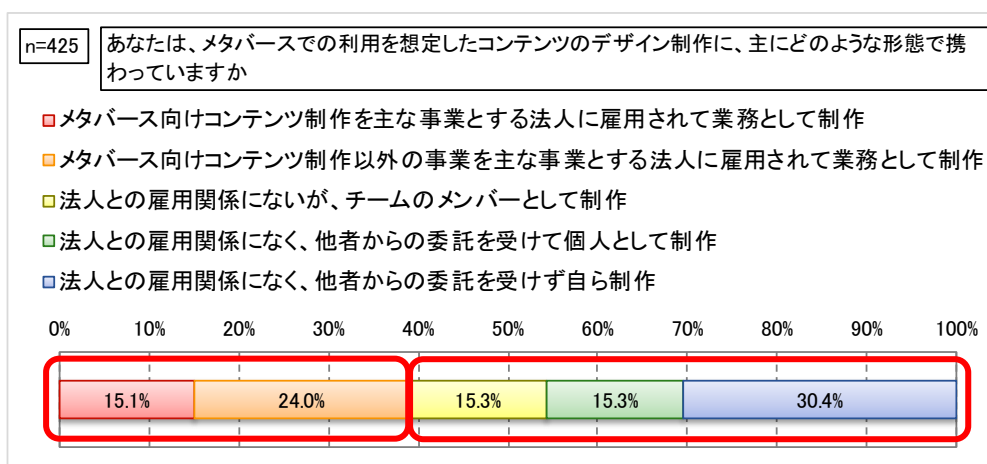


- 現在、ある程度以上の収入を得ている者は 28.9%であったのに対し、将来、メタバースのデザイン制作である程度以上の収入を得たい（「メインの収入源としたい」「副業としての収入源としたい」の合計）とした者は 44.9%いた（図表 4-6）。メタバースのデザイン制作を経済的な活動領域としていきたいという意向が高まっている様子がうかがわれる。
- 法人に雇用されてメタバースのデザイン制作に携わっている（「メタバース向けコンテンツ制作を主な事業とする法人に雇用されて業務として制作」「メタバース向けコンテンツ制作以外の事業を主な事業とする法人に雇用されて業務として制作」の合計）のが 39.1%、法人との雇用関係になくメタバースのデザイン制作に携わっている（それら以外）のが 60.9%であった（図表 4-7）。メタバースのデザイン制作については、フリーランス的な立場での従事が多い様子である。

図表 4-6：関与度（将来）（Q2）

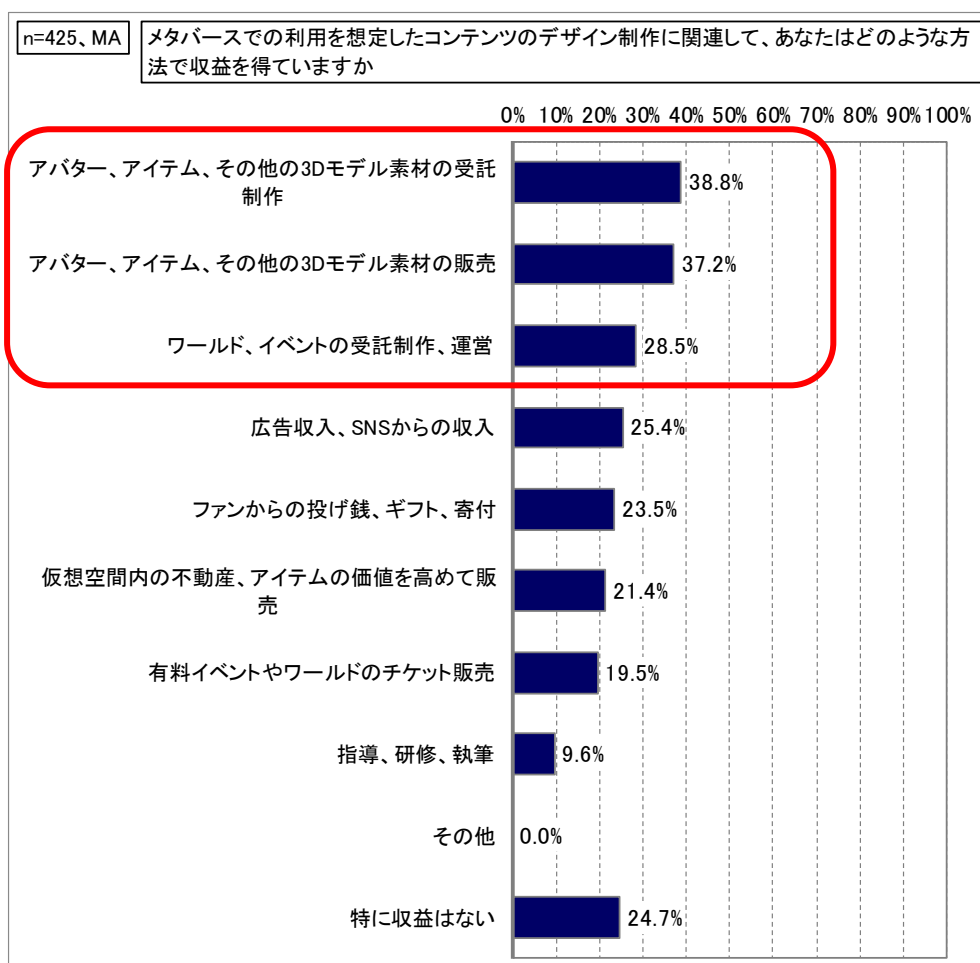


図表 4-7：主な制作形態（Q3）

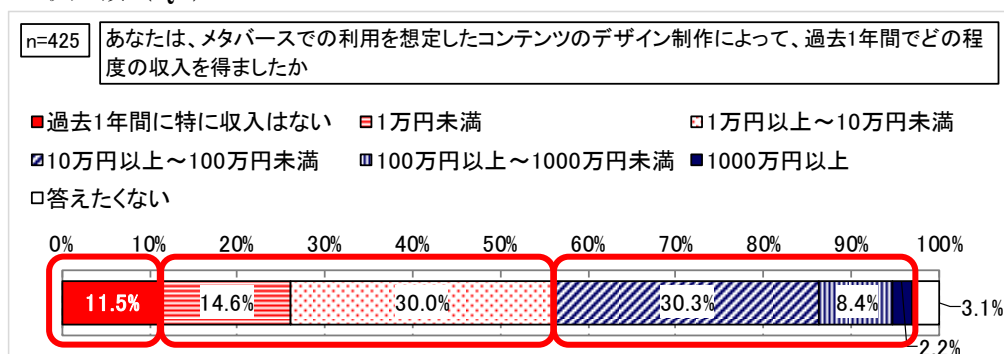


- 収益方法として最も多かったのは、「アバター、アイテム、その他の 3D モデル素材の受託制作」の 38.8%であり、「アバター、アイテム、その他の 3D モデル素材の販売」の 37.2%、「ワールド、イベントの受託制作、運営」の 28.5%がそれに続いた（図表 4-8）。
- 過去 1 年間の収入額は、「ない」が 11.5%、収入があるが 100 万円未満が 74.9%、100 万円以上が 10.5%であった（図表 4-9）。

図表 4-8：収益方法（Q4）

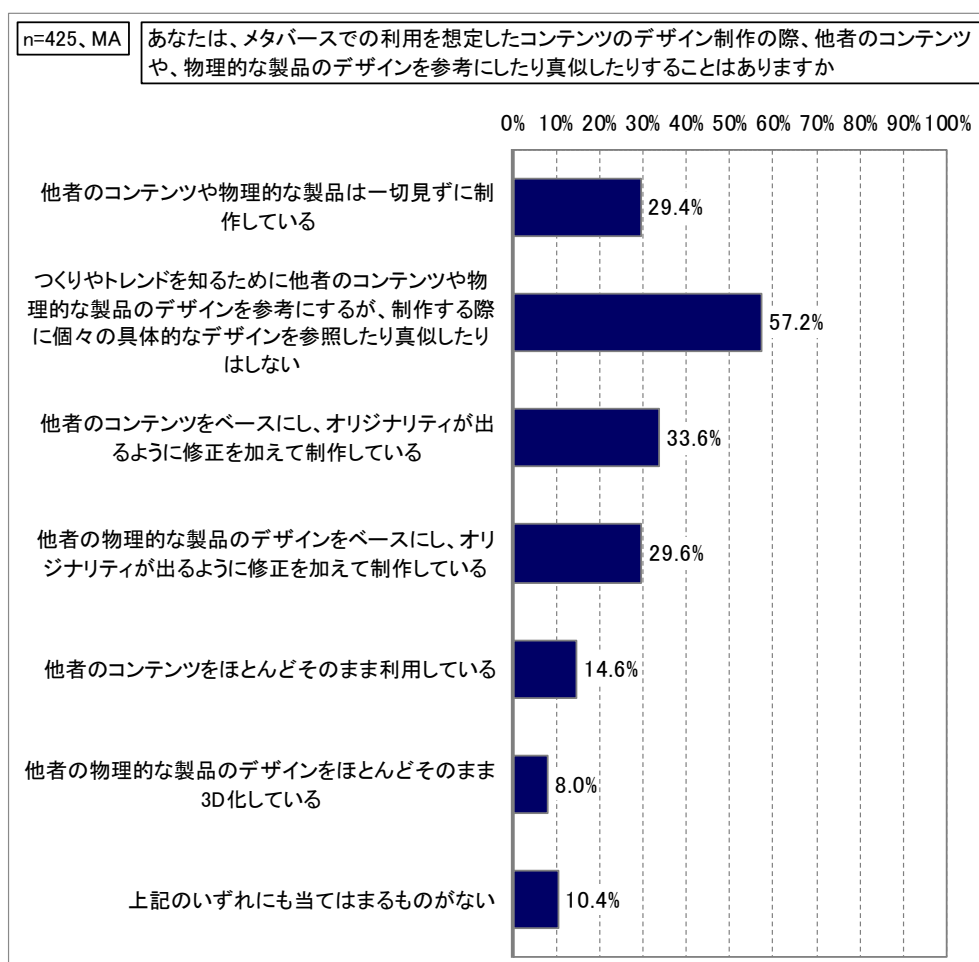


図表 4-9：収入額（Q5）



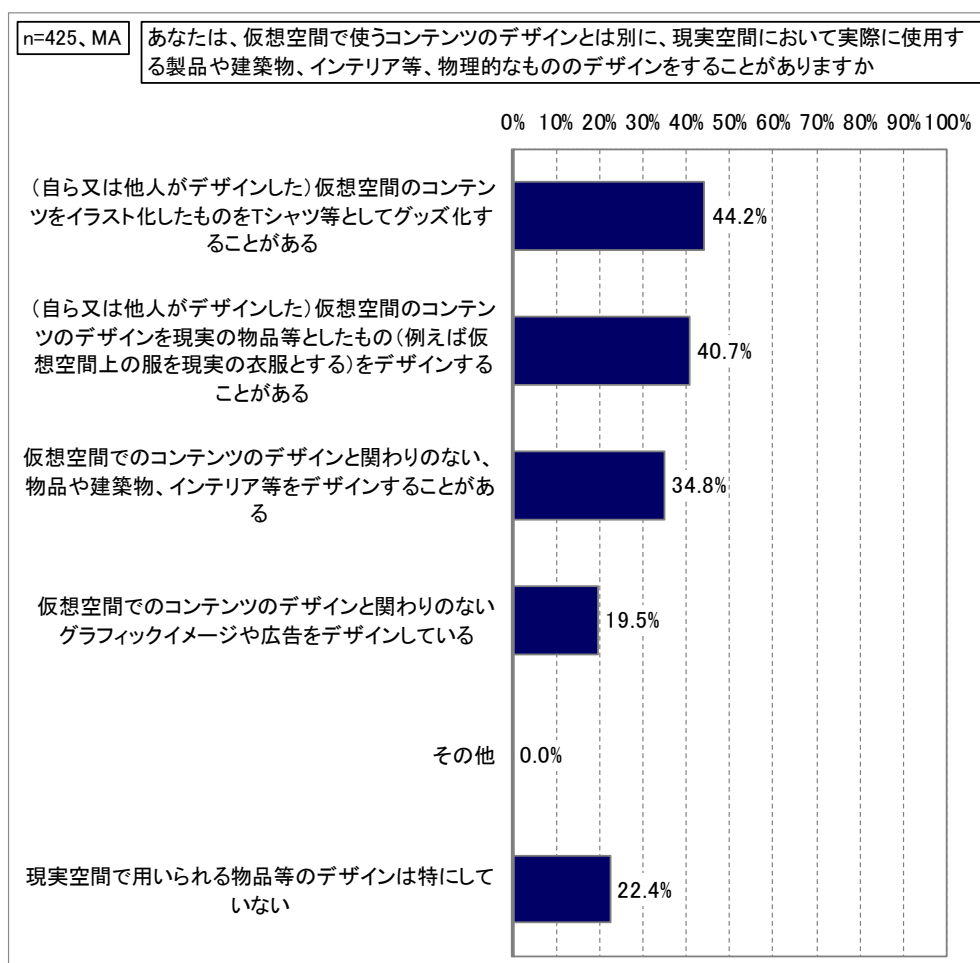
- メタバースのデザイン制作の際に、「他者のコンテンツや物理的な製品は一切見ずに制作している」としたのは 29.4%であった。
- 他者のコンテンツや物理的な製品を一切見ない訳ではない選択肢のうち、最も多かったのは、「つくりやトレンドを知るために他者のコンテンツや物理的な製品のデザインを参考にするが、制作する際に個々の具体的なデザインを参照したり真似たりはしない」の 57.2%と、参考にしたり真似たりする度合いが最も小さなものであった。
- 以下、参考にしたり真似たりする度合いが大きいものの方が少ない傾向にあった（図表 4-10）。

図表 4-10：他者のコンテンツや製品の参照（Q6）



- 仮想空間で使うコンテンツのデザインとは別に、現実空間において実際に使用する製品や建築物、インテリア等、物理的なもののデザインの実施状況について聞くと、「仮想空間のコンテンツをイラスト化したものをグッズ化することがある」とした者が 44.2%と最も多く、「仮想空間のコンテンツのデザインを現実の物品等としたものをデザインすることがある」のが 40.7%、「仮想空間でのコンテンツのデザインと関わりのない、物品や建築物、インテリア等をデザインすることがある」のが 34.8%、「仮想空間でのコンテンツのデザインと関わりのないグラフィックイメージや広告をデザインしている」のが 19.5%であった（図表 4-11）。

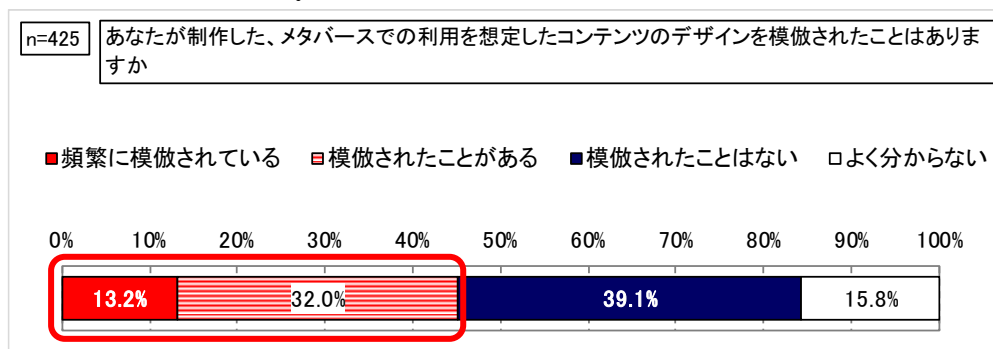
図表 4-11：現実空間の製品等のデザイン（Q7）



第2節 模倣、紛争経験の実態

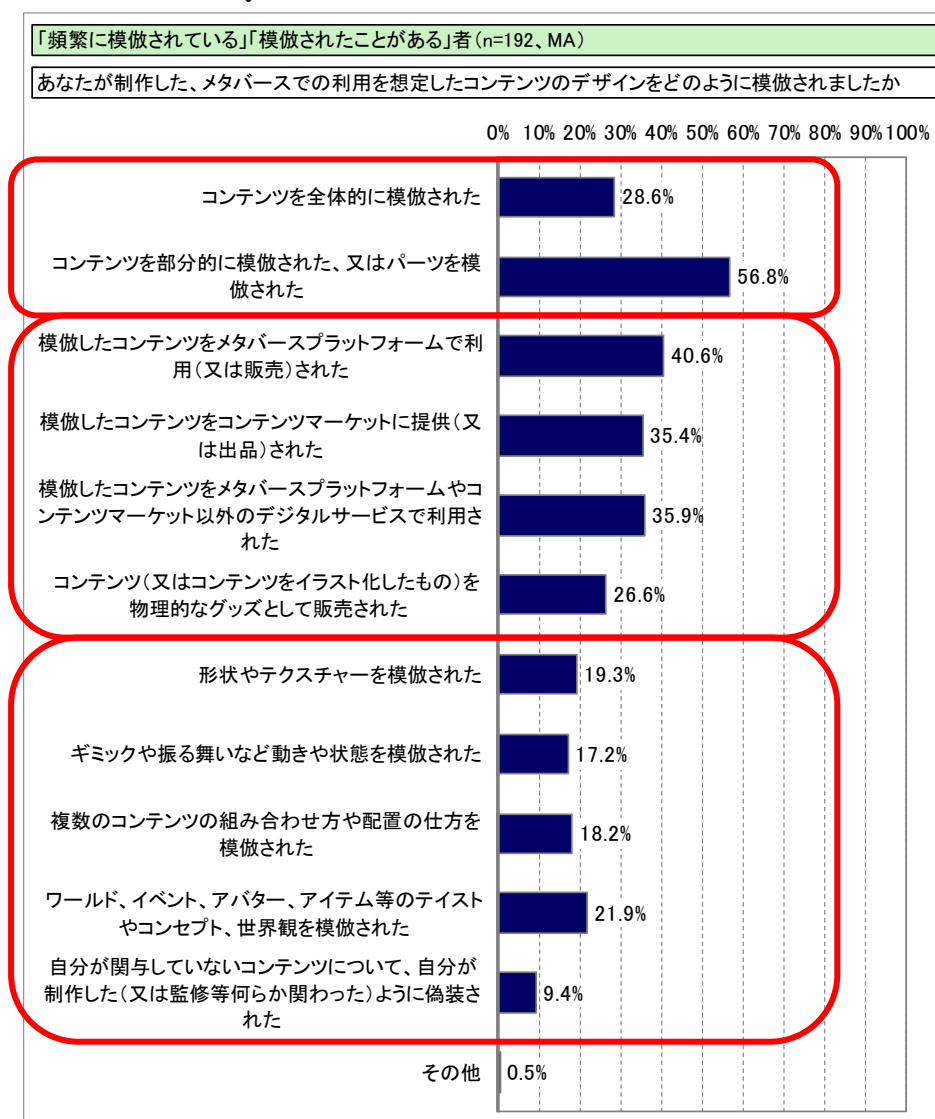
- 自身が制作したコンテンツのデザインを模倣された経験がある（「頻繁に模倣されている」「模倣されたことがある」の合計）者の割合は、45.2%であった（図表 4-12）。

図表 4-12：模倣された経験（Q8）



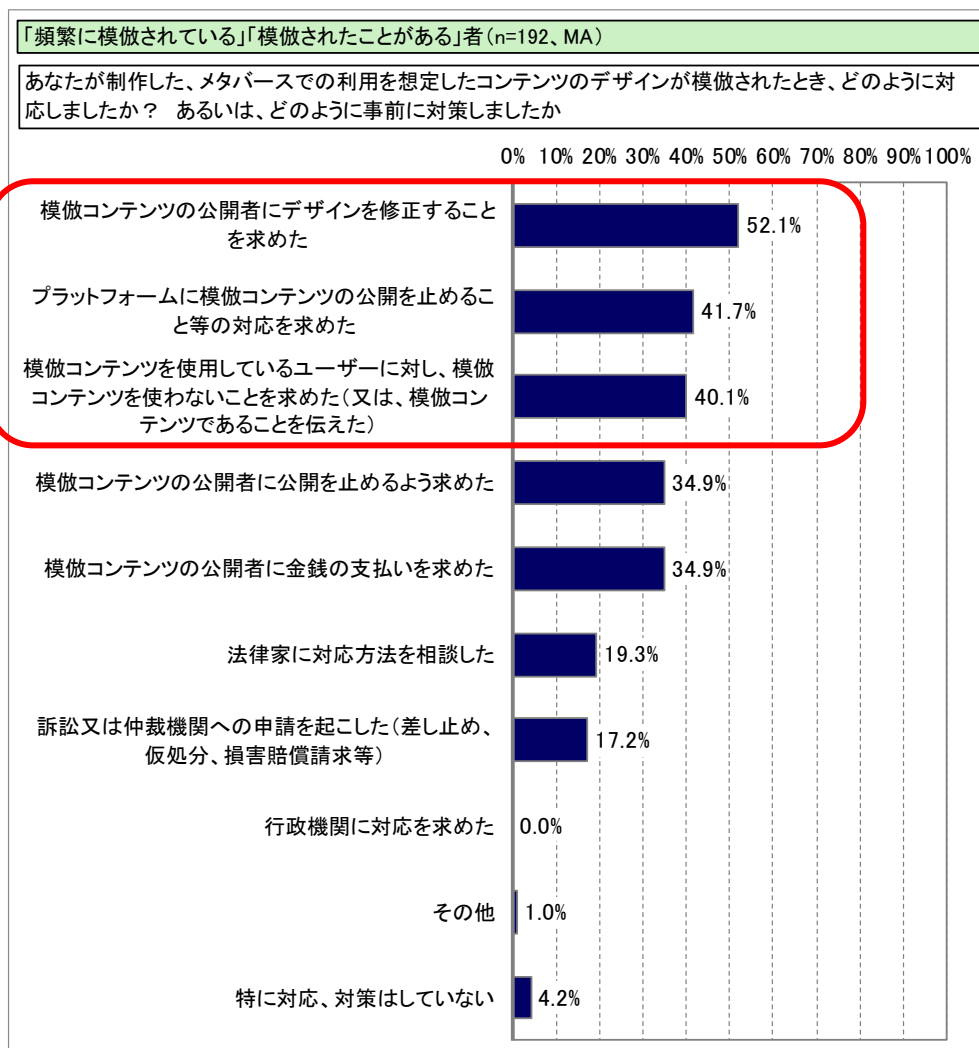
- 模倣された経験がある者における、模倣の範囲は、「コンテンツを全体的に模倣された」が 28.6%、「コンテンツを部分的に模倣された、又はパーツを模倣された」が 56.8%であった。
- 模倣されたものが利用された場合は、「メタバースプラットフォーム」が 40.6%、「コンテンツマーケット」が 35.4%、「メタバースプラットフォームやコンテンツマーケット以外のデジタルサービス」が 35.9%、「物理的なグッズとして販売された」が 26.6%であった。
- 模倣の内容は、「形状やテクスチャーを模倣された」が 19.3%、「ギミックや振る舞いなど動きや状態を模倣された」が 17.2%、「模倣のコンテンツの組み合わせ方や配置の仕方を模倣された」が 18.2%、「ワールド、イベント、アバター、アイテム等のテイストやコンセプト、世界観を模倣された」が 21.9%、「自分が関与していないコンテンツについて、自分が制作した（又は監修等何らか関わった）ように偽装された」が 9.4%であった（図表 4-13）。

図表 4-13：模倣の内容等（Q9）



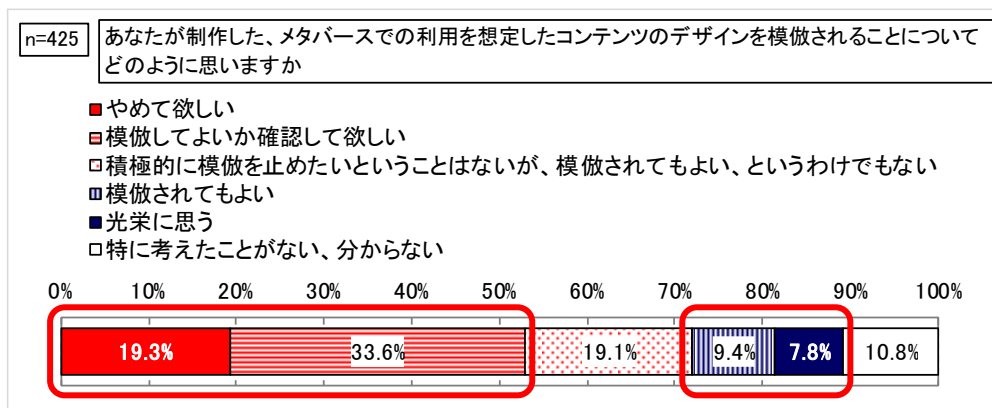
- 模倣への対応、対策で最も多かったのは、「模倣コンテンツの公開者にデザインを修正することを求めた」の 52.1%であり、「プラットフォームに模倣コンテンツの公開を止めること等の対応を求めた」の 41.7%、「模倣コンテンツを使用しているユーザーに対し、模倣コンテンツを使わないことを求めた（又は、模倣コンテンツであることを伝えた）」の 40.1%がそれに続いた（図表 4-14）。

図表 4-14：模倣への対応、対策（Q10）



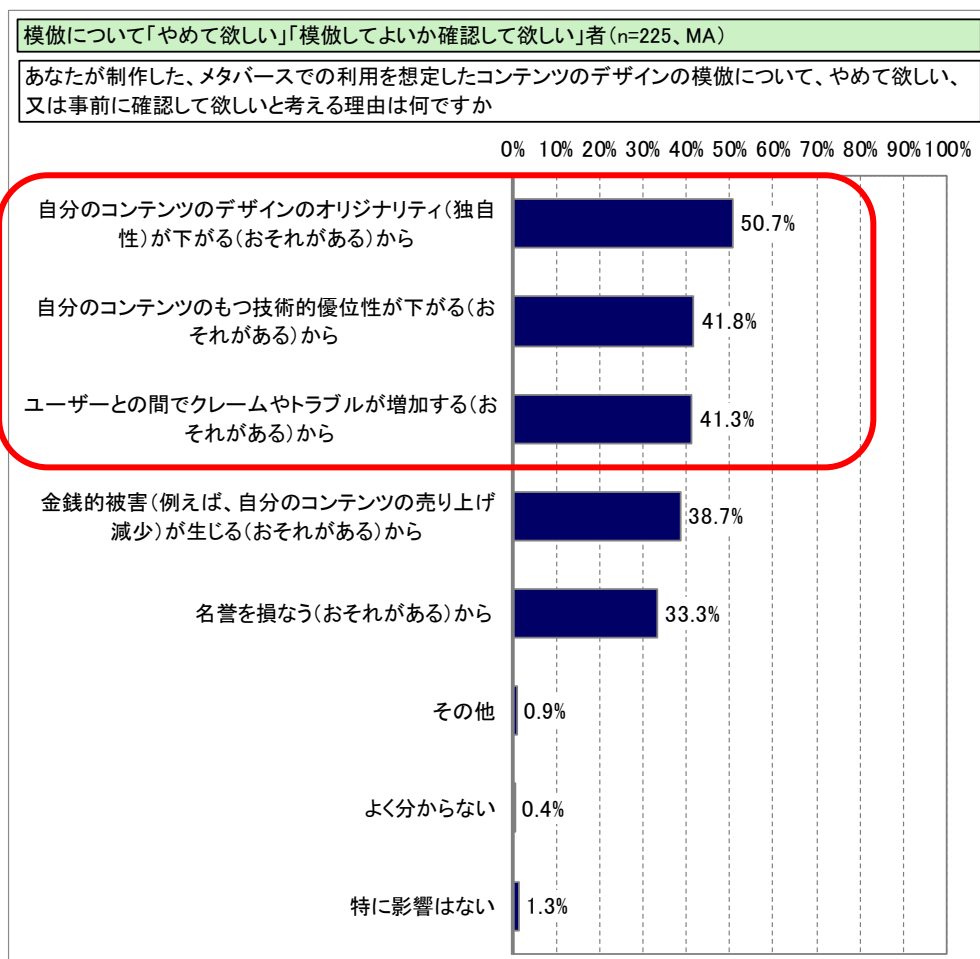
- 模倣されてもよいと思うかどうかについて聞いたところ、「やめて欲しい」あるいは「模倣してよいか確認して欲しい」とした者が 52.9%、「模倣されてもよい」あるいは「光栄に思う」とした者が 17.2%であった（図表 4-15）。

図表 4-15：模倣されてもよいと思うかどうか（Q11）



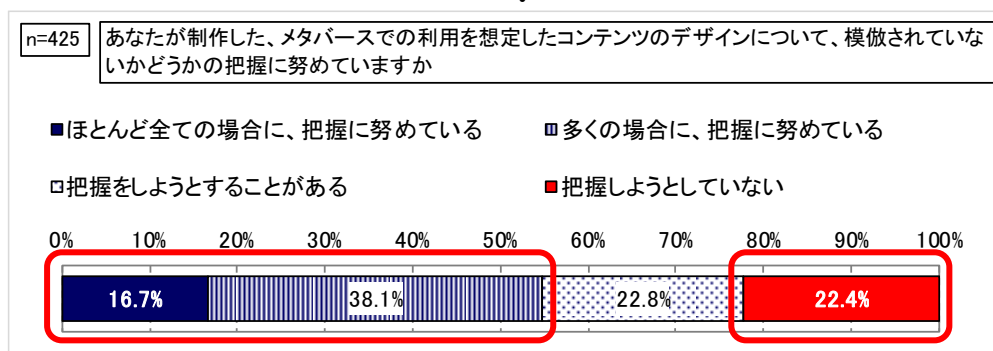
- 模倣されたくない理由で最も多かったのは、「自分のコンテンツのデザインのオリジナリティ（独自性）が下がる（おそれがある）から」の 50.7%であり、「自分のコンテンツのもつ技術的優位性が下がる（おそれがある）から」の 41.8%、「ユーザーとの間でクレームやトラブルが増加する（おそれがある）から」の 41.3%がそれに続いた（図表 4-16）。

図表 4-16：模倣されたくない理由（Q12）

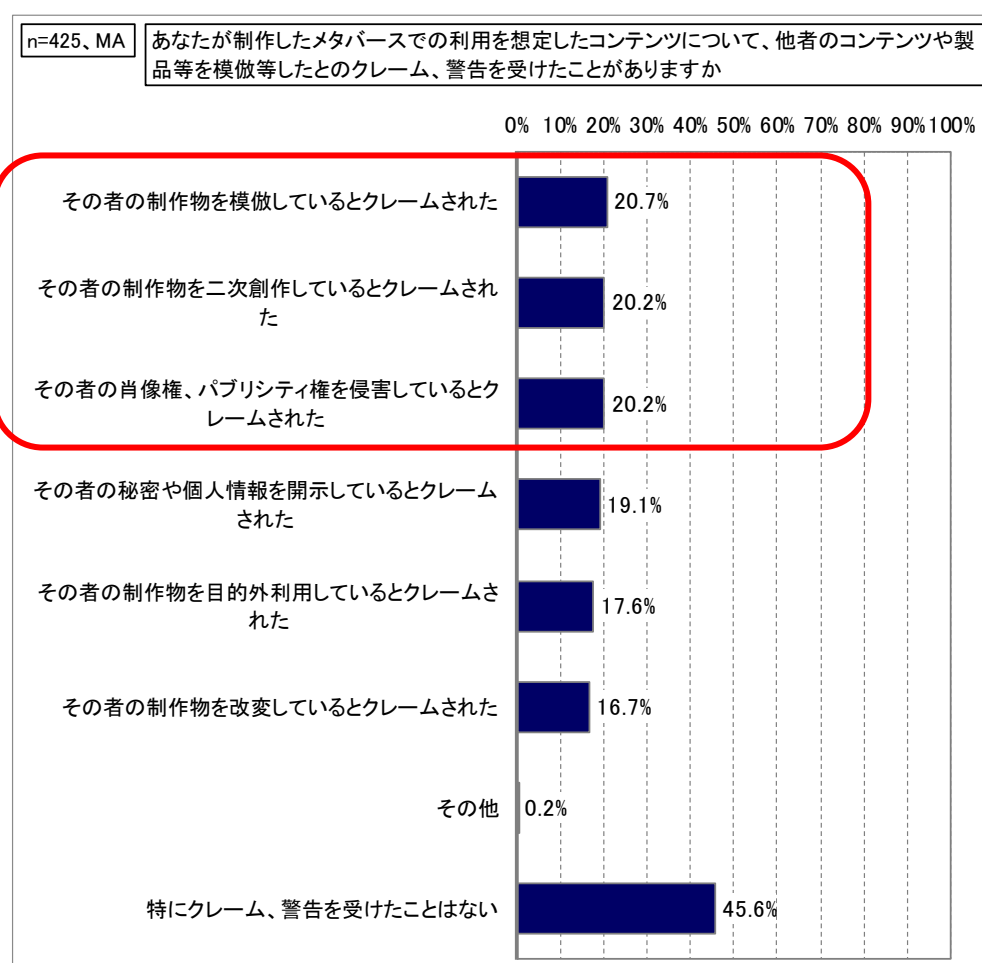


- 模倣されていないかどうかの把握に努めている（「ほとんど全ての場合に、把握に努めている」「多くの場合に、把握に努めている」の合計）者が 54.8%、「把握しようとしていない」が 22.4%であった（図表 4-17）。
- 他者のコンテンツや製品等を模倣等したとのクレームを受けた経験で最も多かったのは「制作物を模倣」の 20.7%であり、「制作物を二次創作」の 20.2%、「肖像権、パブリシティ権を侵害」の 20.2%がそれに続いた（図表 4-18）。

図表 4-17：模倣されていないかどうかの把握（Q13）

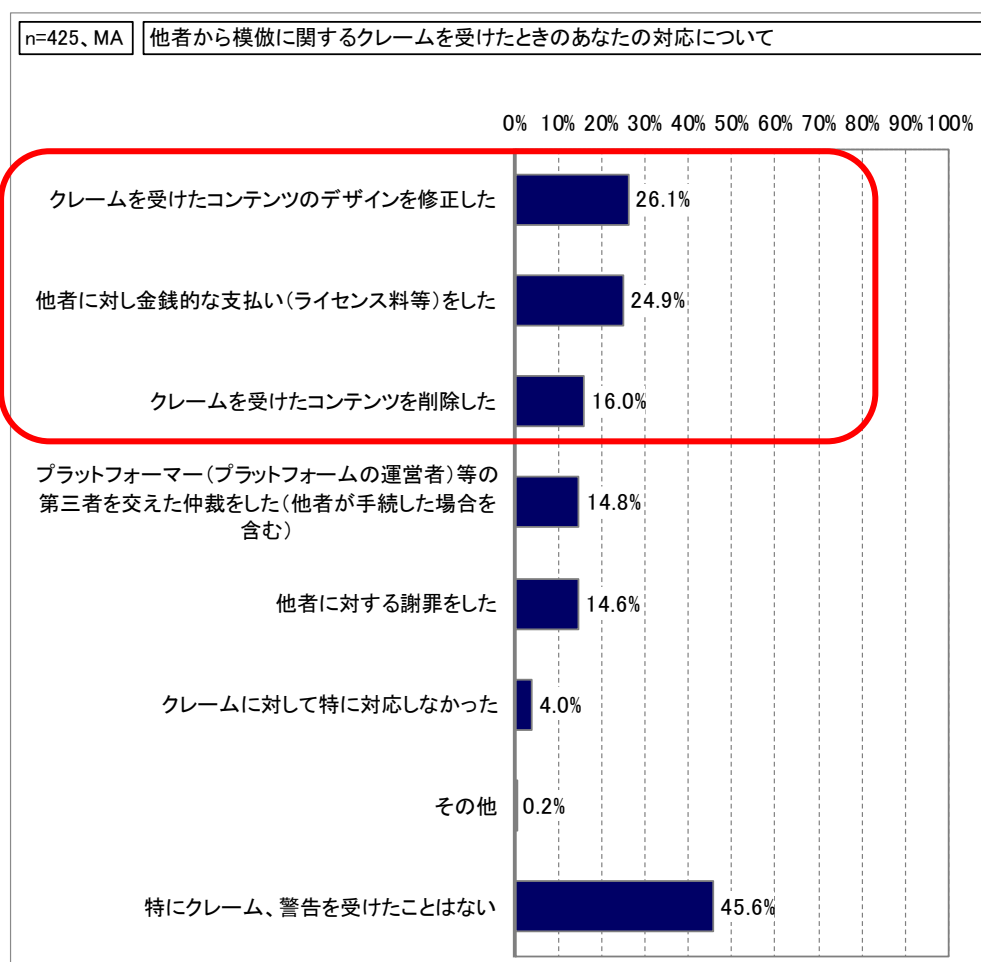


図表 4-18：他者のコンテンツや製品等を模倣等したとのクレームを受けた経験（Q14）



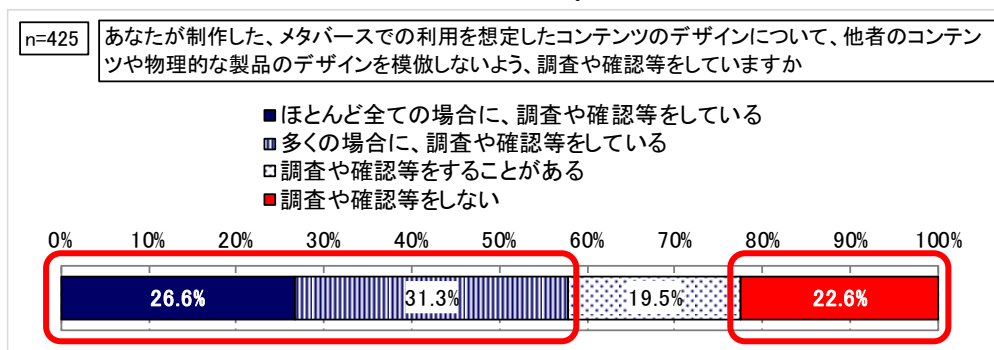
- 他者からの模倣に関するクレームへの対応で最も多かったのは、「クレームを受けたコンテンツのデザインを修正した」の 26.1%であり、「他者に対し金銭的な支払（ライセンス料等）をした」の 24.9%、「クレームを受けたコンテンツを削除した」の 16.0%がそれに続いた（図表 4-19）。

図表 4-19：他者からの模倣に関するクレームへの対応（Q15）



- 他者の模倣をしないための調査や確認に努めている（「ほとんど全ての場合に、調査や確認等をしている」「多くの場合に、調査や確認等をしている」の合計）者が 57.9%、「調査や確認等をしない」が 22.6%であった（図表 4-20）。

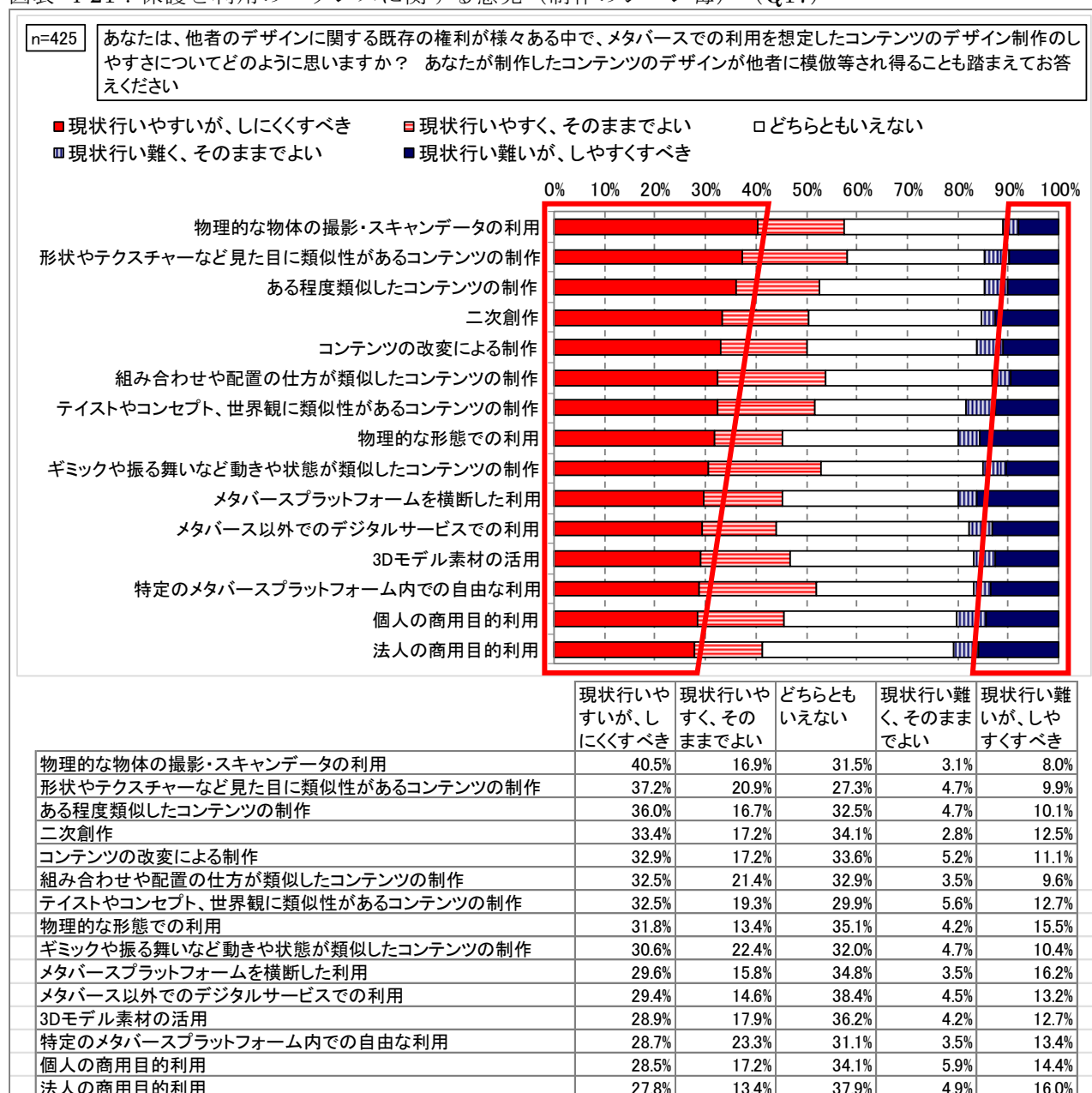
図表 4-20：他者の模倣をしないための調査や確認（Q16）



第3節 保護と利用のバランスに関する意識

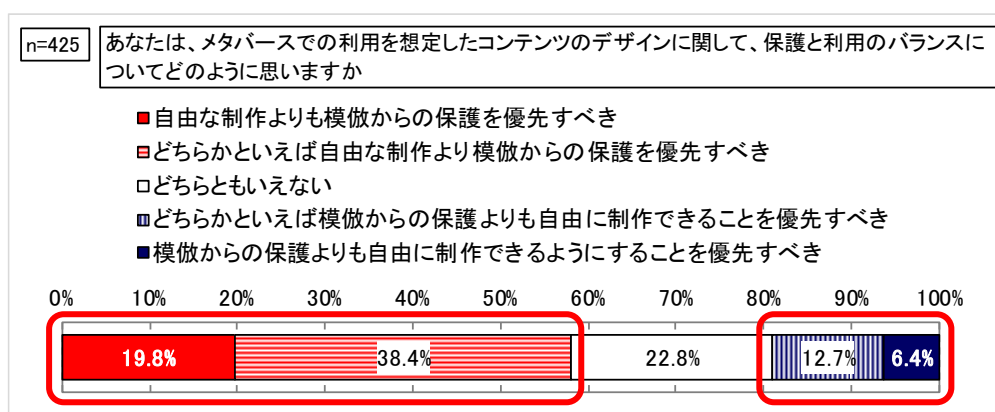
- 他者のデザインに関する既存の権利が様々ある中で、メタバースでの利用を想定したコンテンツのデザイン制作のしやすさ（保護と利用（自由に制作しやすくすること）のバランス）の在り方についての意見を、自身が制作したコンテンツのデザインが他者に模倣等され得ることも踏まえた上で、制作の様々なシーンについて聞いたところ、28～41%程度が保護寄りの意見（「現状行いやすいが、しにくくすべき」）、8～16%程度が利用寄りの意見（「現状行い難いが、しやすくすべき」）であった（図表 4-21）。

図表 4-21：保護と利用のバランスに関する意見（制作のシーン毎）（Q17）

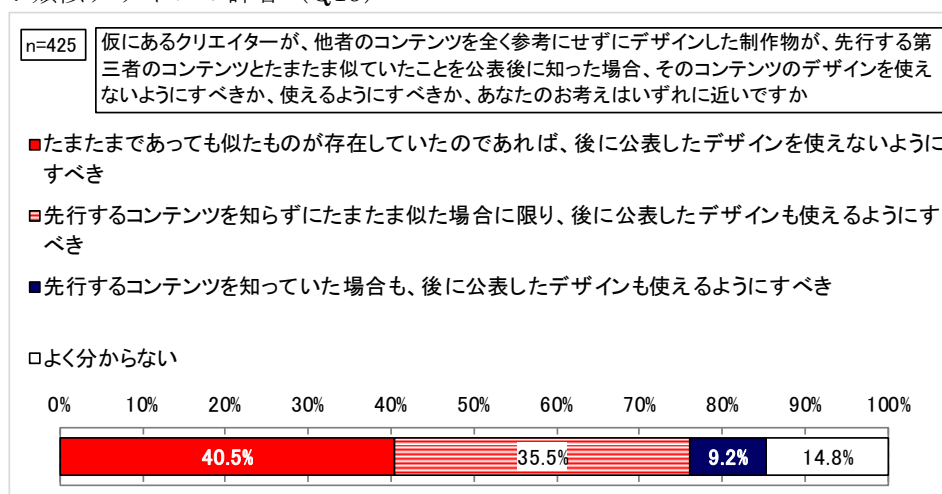


- 保護と利用のバランスについて、メタバースでの利用を想定したコンテンツのデザイン全体における意見を聞いたところ、58.1%が保護寄りの意見（「自由な制作よりも模倣からの保護を優先すべき」「どちらかといえば自由な制作より模倣からの保護を優先すべき」の合計）、19.1%が利用寄りの意見（「模倣からの保護よりも自由に創作できるようにすることを優先すべき」「どちらかといえば模倣からの保護よりも自由に制作できるようにすることを優先すべき」の合計）であった（図表 4-22）。
- あるクリエイターが、他者のコンテンツを全く参考にせずにデザインした制作物が、先行する第三者のコンテンツとたまたま似ていたことを公表後に知ったようなケースを仮定して、そのデザインを使えないようにすべきか、使えるようにすべきか聞いたところ、「たまたまであっても似たものが存在していたのであれば、後に公表したデザインを使えないようにすべき」とした者が 40.5%、「先行するコンテンツを知らずにたまたま似た場合に限り、後に公表したデザインも使えるようにすべき」が 35.5%、「先行するコンテンツを知っていた場合も、後に公表したデザインも使えるようにすべき」が 9.2%であった（図表 4-23）。

図表 4-22：保護と利用のバランスに関する意見（全体として）（Q18）

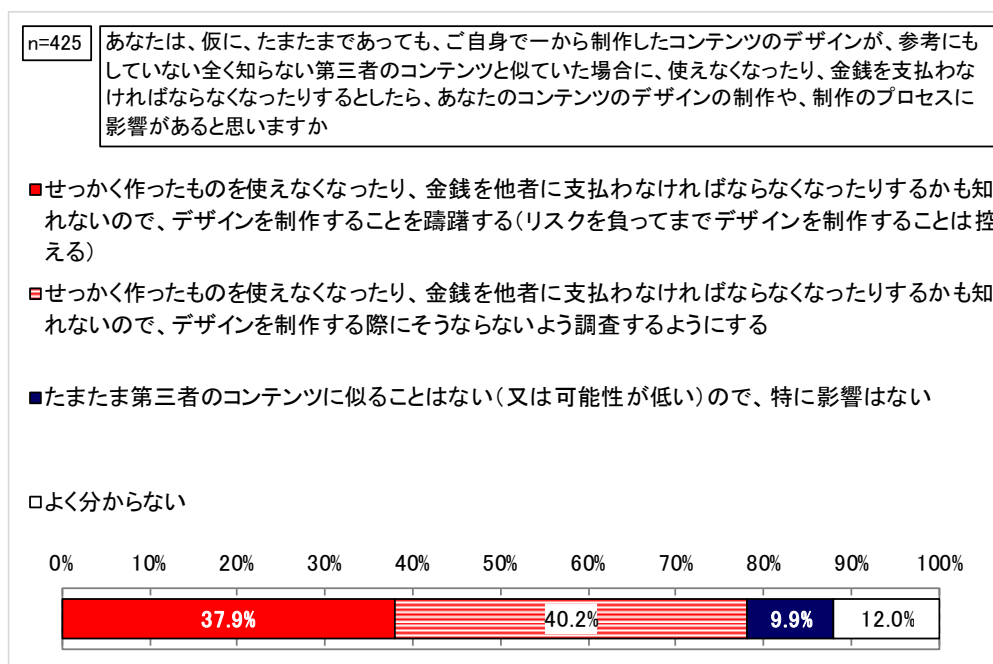


図表 4-23：類似デザインの許容（Q19）



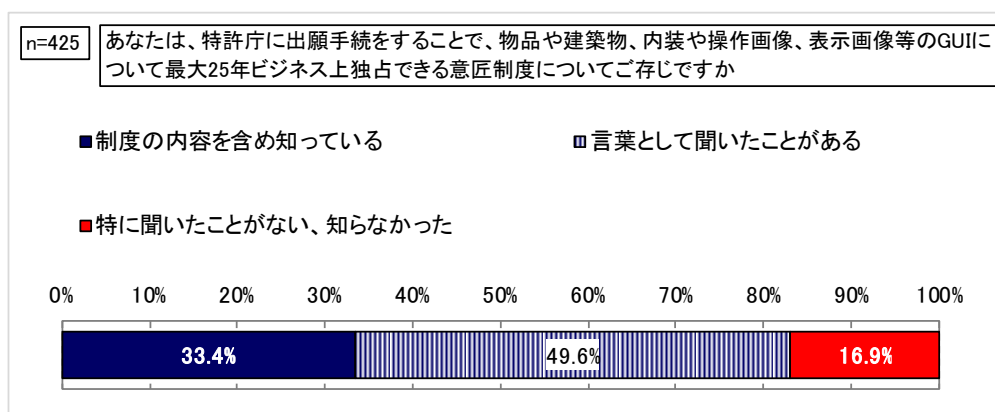
- 自身で一から制作したコンテンツのデザインが、参考にもしていない全く知らない第三者のコンテンツとたまたま似ていた場合に、そのデザインを使えなくなったり、使うために金銭を支払わなければならなくなったりするような法の整備等がなされたような状況を仮定し、自身のデザイン制作に影響があると思うか聞いたところ、「デザインを制作することを躊躇する（リスクを負ってまでデザインを制作することは控える）」とした者が 37.9%、「デザインを制作する際にそうならないよう調査するようにする」が 40.2%、「たまたま第三者のコンテンツに似ることはない（又は可能性が低い）ので、特に影響はない」が 9.9%であった（図表 4-25）。

図表 4-24：たまたま類似してしまったデザインを許さないことの影響（Q20）

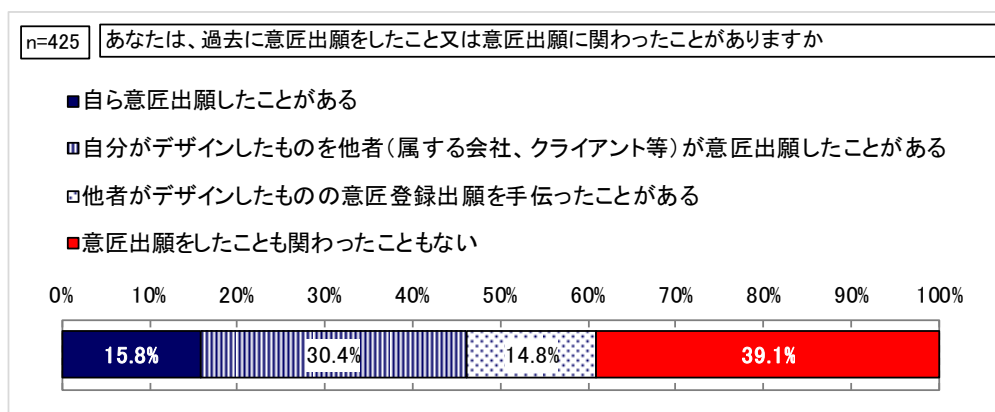


- 意匠制度に関する知識の有無について聞いたところ、「制度の内容を含め知っている」とした者が 33.4%、「言葉として聞いたことがある」が 49.6%、「特に聞いたことがない、知らなかった」が 16.9%であった（図表 4-25）。
- 意匠制度の利用経験の有無について聞いたところ、「自ら意匠出願したことがある」が 15.8%、「自分がデザインしたものを他者（属する会社、クライアント等）が意匠出願したことがある」が 30.4%、「他者がデザインしたものの意匠登録出願を手伝ったことがある」が 14.8%、「意匠出願をしたことも関わったこともない」が 39.1%であった（図表 4-26）。

図表 4-25：意匠制度に関する知識（Q21）



図表 4-26：意匠制度の利用経験（Q22）



- デザイン保護や利用に関する行政への要望等について自由記述を求めたところ、以下のような意見が挙げられた。

意見の分類	自由記述の内容
模倣の防止対策	■ アバターを無断コピーできるシステムが横行し、越境での盗難で取り締まりが難しいということもあり、ユーザーのパブリックな場での活動やクリエイターの制作活動を妨げており、法的な保護、罰則が必要。 ■ 日本国内の規制よりも中国を対象にした規制を国際的に強化すべきだと思う。 ■ コンテンツの模倣を通報する場所が欲しい。 ■ 模倣によるトラブルの相談窓口が欲しい。 ■ 取り締まりを強化して欲しい。 ■ メタバース内では通常より著作権の判断がしづらいかもしれないが、クリエイターの大切な財産なので保護が必要と感じる。 ■ コピーの防止を優先で。 ■ 模倣による著作権侵害は、もっと厳しく取り締まって欲しい ■ 似て非なるものだとしても、似ている時点で模倣の取り締まりをすべき。
自由な制作の推進	■ 真似した、真似されたとの判断は難しいところがあるので、ある程度は許容して、明確な基準を設けるべき。 ■ 自由に改変できた方が、より柔軟な発想を楽しめ、より多くの人が楽しめるような仮想空間作りができて良い。 ■ 規制ばかりで自由を無くす事ではなく、新たなチャンスを活かす場にして欲しい。 ■ 他者に迷惑がかからない範囲でもっと自由に制作をしたい。
権利の調査のしやすさ	■ デザインを制作した際に他人の意匠に抵触していないかを判別してくれる AI があれば良いと思う。
制度の分かりやすさ	■ 自分で一から作ったコンテンツがたまたま他者と被りそれが自分のより前に出ている場合、世間に公表すると著作権侵害になるのかならないのか定義すべきだと思う。 ■ 著作権の対策が難しいので分かりやすくして欲しい。 ■ 色々な手続きを分かりやすくすること。 ■ 手続きの簡素化。

その他	■ オリジナルのコピーデータが意匠登録された場合の救済処置。 ■ 本アンケートでは「模倣」が焦点であったが、原作者へのリスペクトを伝えるための表現も多く存在するので、そのあたりが正しく伝わり、守られる環境ができて欲しい。 ■ AI 作品についての法の整備。 ■ もっとお金をかけて、先進国に追いついて欲しい。 ■ 自治体で市民生活のために有効に活用して欲しい。 ■ 難しくてよく分かっていない人が多いので、これからは義務教育で基礎を教えるべきだと思う。
-----	---

(注)「なし」とする趣旨の回答や具体的内容を含まない回答、設問の趣旨と異なると思われる回答等は省いた。明らかに誤字と思われる部分等は適宜修正した。

第3章 アンケートから分かった主要な事項のまとめ

ここでは、第2章で調査結果を示した、メタバースでの利用を想定した、3Dモデル等のデザインやアートの制作を行ったことがあるクリエイター向けアンケートから分かった主要な事項をまとめる。

【デザイン制作の実態について】

- クリエイターは、一度制作経験を持つと、数作に留まらず、様々な制作に取り組んでいる（図表 4-4）。
- 現在、ある程度以上の収入を得ている者が 28.9%、無償でのみ制作している者が 41.4%であった（図表 4-5）。
- 現在、ある程度以上の収入を得ている者は 28.9%であったのに対し、将来、メタバースのデザイン制作である程度以上の収入を得たいとした者は 44.9%と、**メタバースのデザイン制作を経済的な活動領域としていきたいという意向**が高まっている（図表 4-6）。
- 法人に雇用されてメタバースのデザイン制作に携わっている者が 39.1%、法人との雇用関係になくメタバースのデザイン制作に携わっている者が 60.9%と、メタバースのデザイン制作については、**フリーランス的な立場での従事**が多い（図表 4-7）。
- **収益方法**として多いのは、「アバター、アイテム、その他の 3D モデル素材の受託制作」（38.8%）、「アバター、アイテム、その他の 3D モデル素材の販売」（37.2%）、「ワールド、イベントの受託制作、運営」（28.5%）など（図表 4-8）。
- 過去 1 年間の**収入額**は、「ない」が 11.5%、収入があるが 100 万円未満が 74.9%、100 万円以上が 10.5%（図表 4-9）。

【模倣、紛争経験の有無について】

- 自身が制作したコンテンツのデザインを**模倣された経験**がある者が 45.2%（図表 4-12）。
- 模倣された経験がある者における、**模倣の範囲**は、「コンテンツを全体的に模倣された」が 28.6%、「コンテンツを部分的に模倣された、又はパーツを模倣された」が 56.8%（図表 4-13）。
- **模倣されたものが利用された場**は、「メタバースプラットフォーム」が 40.6%、「コンテンツマーケット」が 35.4%、「メタバースプラットフォームやコンテンツマーケット以外のデジタルサービス」が 35.9%、「物理的なグッズとして販売された」が 26.6%（図表 4-13）。

- **模倣の内容**は、「形状やテクスチャーを模倣された」が 19.3%、「ギミックや振る舞いなど動きや状態を模倣された」が 17.2%、「模倣のコンテンツの組み合わせ方や配置の仕方を模倣された」が 18.2%、「ワールド、イベント、アバター、アイテム等のテイストやコンセプト、世界観を模倣された」が 21.9%、「自分が関与していないコンテンツについて、自分が制作した（又は監修等何らか関わった）ように偽装された」が 9.4%（図表 4-13）。
- **模倣への対応、対策**として多いのは、「模倣コンテンツの公開者にデザインを修正することを求めた」（52.1%）、「プラットフォームに模倣コンテンツの公開を止めること等の対応を求めた」（41.7%）、「模倣コンテンツを使用しているユーザーに対し、模倣コンテンツを使わないことを求めた（又は、模倣コンテンツであることを伝えた）」（40.1%）（図表 4-14）。
- **模倣されたくない者（52.9%）における、理由**として多いは、「自分のコンテンツのデザインのオリジナリティ（独自性）が下がる（おそれがある）から」（50.7%）、「自分のコンテンツのもつ技術的優位性が下がる（おそれがある）から」（41.8%）、「ユーザーとの間でクレームやトラブルが増加する（おそれがある）から」（41.3%）（図表 4-16）
- **模倣されていないかどうかの把握**に努めている者が 54.8%、把握しようとしていない者が 22.4%（図表 4-17）。
- 他者のコンテンツや製品等を **模倣等したとのクレームを受けた経験**で多いのは「制作物を模倣」（20.7%）、「制作物を二次創作」（20.2%）、「肖像権、パブリシティ権を侵害」（20.2%）（図表 4-18）。
- 他者からの模倣に関する **クレームへの対応**で多いのは、「クレームを受けたコンテンツのデザインを修正した」（26.1%）、「他者に対し金銭的な支払（ライセンス料等）をした」（24.9%）、「クレームを受けたコンテンツを削除した」（16.0%）（図表 4-19）。
- **他者の模倣をしないための調査や確認**に努めている者が 57.9%、調査や確認等をしない者が 22.6%（図表 4-20）。

【保護と利用のバランスに関する意識について】

- **保護と利用のバランス**について、58.1%が保護寄りの意見、19.1%が利用寄りの意見（図表 4-22）。
- **依拠性と保護**について、「たまたまであっても似たものが存在していたのであれば、後に公表したデザインを使えないようにすべき」とした者が 40.5%、「先行するコンテンツを知らずにたまたま似た場合に限り、後に公表したデザインも使えるようにすべき」が 35.5%、「先行するコンテンツを知っていた場合も、後に公表したデザインも使えるようにすべき」が 9.2%（図表 4-23）。

- デザインに関する絶対権的な法の整備等の影響について、「デザインを制作することを躊躇する（リスクを負ってまでデザインを制作することは控える）」とした者が 37.9%、「デザインを制作する際にそうならないよう調査するようにする」が 40.2%、「たまたま第三者のコンテンツに似ることはない（又は可能性が低い）ので、特に影響はない」が 9.9%（図表 4-25）。

第5部 仮想空間のデザイン創作に関する海外実態・意識調査

第1章 調査概要

第1節 調査目的

仮想空間、メタバースに向けた、3D モデル等のデザイン保護に関する、米国、欧州、中国、韓国における模倣や紛争の実態を把握し、その知見に基づく、保護と利用のバランスに関する有識者の意見をうかがった。

第2節 調査方法・調査対象

仮想空間、メタバースに向けた、3D モデル等のデザインやアートの創作に関する、米国、欧州、中国、韓国における実態について知見を有する有識者、6 者に対するヒアリング調査を行った。

図表 5-1 ヒアリング対象者一覧

対象者	選定理由等
大阪大学 法学研究科 青木大也准教授	・一般財団法人知的財産研究教育財団「IP ジャーナル」に「欧米法との対比から見た仮想空間上のデザインとわが国意匠法」寄稿。 ・LexisNexis「Business law journal」に「意匠法における操作画像の意義：映像装置付き自動車事件」寄稿。 など、主に、米国、欧州、日本における意匠制度の有識者として
東海大学 法学部 内田剛准教授	・一般社団法人日本知財学会の第 21 回年次学術研究発表会のセッション「仮想オブジェクトに対する知的財産保護の国際比較検討」で「仮想物品に対する知的財産保護：ドイツ（欧州）」の講演。 ・一般社団法人日本知財学会の第 20 回年次学術研究発表会のセッション「メタバース・Web3.0 時代のコンテンツ権利処理とマネタイズ」で講演。 など、主に、欧州における知的財産権保護の有識者として
法律事務所 ZeLo 澤田雄介弁護士	・仮想通貨関係の専門情報メディア CoinPost に「メタバースに関わる法規制とは？ 所有権や越境取引を例に解説」「メタバース関連法規を『未成年取引やなりすまし』を例に解説」「メタバース関連法規を『消費者保護への対処』を例に解説」寄稿。 ・デジタルマーケティング関係の専門情報メディア ferret に「メタバースの利活用で起こり得る、法的トラブルとは？ 弁護士が解説！ マーケ担当者が知っておきたい法律知識」寄稿。 など、主に、グローバルビジネス法務や紛争解決の観点から
関真也法律事務所 関真也弁護士	・独立行政法人工業所有権情報・研修館の特許研究に「メタバースにおけるオブジェクトのデザイン保護と創作活動への影響」寄稿。 ・一般社団法人日本知財学会の第 21 回年次学術研究発表会のセッション「仮想オブジェクトに対する知的財産保護の国際比較検討」で「メタバースにおけるデザインとブランドの保護：米国の法とその示唆」の講演。 ・著書「ビジネスのためのメタバース入門」「XR・メタバースの知財法務」。

対象者	選定理由等
	など、主に、米国、日本におけるビジネス法務や紛争解決の観点から
学習院大学 小塚莊一郎教授	・アジア諸国の法事情を調査研究している、アジアビジネスローフォーラム研究会の「日中対話：Web3、NFT、メタバースが変える世界と法的課題」でモデレーター。 ・ムーンショット型研究開発事業「アバターを安全かつ信頼して利用できる社会の実現」に参画し、「サイバネティックアバター法の醸成に関する研究」に従事。 など、主に、中国、日本における法的課題や、大所高所からのメタバース産業の中長期的課題の有識者として
韓国知識財産研究院 ムン・ミョンソプ氏	・調査研究報告書「デジタル変換時代の知的財産：メタバースを中心に」の執筆責任者。 ・本事業で日本として実施しようとしている類似調査を、韓国において先行実施。 など、主に、韓国における知的財産保護の有識者として

第3節 調査項目

- 模倣や紛争発生の実態
 - 模倣や紛争発生の状況
 - 模倣や紛争への対応、対策
 - 越境の紛争への対応
 - 模倣や紛争に関する今後の見通し
- 保護と利用のバランスに関する考え方
 - 保護と利用のバランスの現状とあるべき姿
 - デザインの保護が創作の自由に与える正の影響、負の影響
 - メタバースプラットフォーム等の利用規約等の課題
 - デザイン保護に関する行政への要望等

第4節 調査時期

- 2024年1月～2月

第2章 調査結果

第1節 大阪大学) 青木大也准教授

1. 模倣や紛争発生の実態

(1) 模倣や紛争発生の状況

- 米国では、高級ブランド、エルメスのバッグ「バーキン」を模倣し、NFT コレクションとして販売した行為が、商標権侵害と判断された事例がある（メタバーキン事件）（マンハッタン連邦陪審、2023 年 2 月）。
- また、意匠特許では、ゲーム会社の Activision Blizzard, Inc. のビデオゲームにおいて、プレイヤーがアバターとアイコンを通じて使用する武器は、通常人が、現実のスタンガンを買うつもりでビデオゲームを買ったりはしないだろうと想定されることから、意匠特許の違法複製に当たらないと判断された事例がある（アーカンソー州連邦地方裁判所）。
- また、判決には至らず和解に終わっているが、BMW が、ロールスロイスの 3D プリンター用のモデルがオンラインサイト TurboSquid に掲載されたことを、意匠特許の権利侵害として訴えた事例もある⁴⁰⁶。
- 米国の意匠制度においては、同種の製品でなければ侵害にならないという趣旨の判決が出る傾向にある。日本と同じ傾向といえる。つまり、仮想空間における仮想オブジェクトのデザインについて、現実世界の物品の意匠を侵害したという判断にはなりにくい状況にある。
- 欧州では、ドイツで、列車車両の写真を宣伝用のポスターに使用した行為が、引用の例外に当たらないとされたが、その前提として、二次元的な複製であっても、登録意匠権の実施に含まれるとの解釈が示されている（ドイツ連邦最高裁判所判決、2011 年）。
- また、欧州連合司法裁判所でも、任天堂のゲーム機のアクセサリーを販売する会社が、Web サイトに、共同体意匠登録されている任天堂ゲーム機の画像を、当該商品のアクセサリーとして使用できることを説明する目的で掲載した行為（二次元的な複製）が引用に当たると解釈されたが、その前提として、二次元的な複製が、登録共同体意匠の使用に当たり得るとの判断が示されている（任天堂事件、2017 年）。
- こうした二次元的な複製に関する判断を 3D モデルに敷衍すると、欧州では、現実世界の物に対する意匠権が仮想空間にも及ぶと解釈される方向にある。

⁴⁰⁶ Elizabeth Ferrill et al., Integrating a Classic Tool for a Modern Challenge: US Design Patents Implications for 3D Printing, Dinusha Mendis et al. eds., 3D PRINTING AND BEYOND (Edward Elgar, 2019) 185, 201.

(2) 模倣や紛争への対応、対策

- 米国では、画像意匠として 3D モデルを登録するという事例が出ている。それに対する裁判例はなく、最終的に権利が認められるかどうかは現時点で不明であるが、仮想オブジェクトの権利保護については、3D モデルを意匠として登録するという手段があることになる。
- 登録の例として、ナイキの仮想の 3D モデルの靴（そのディスプレイスクリーンデザイン）が米国では実際に登録されている。ただし、その使い道は特定されておらず、また、登録されただけで、未だ司法判断のケースはないので、その実際の権利範囲はよく分からないのが実態である。
- 日本では、意匠審査基準 WG での議論の経緯などから、単に仮想空間内で使う（アバターに装着する、装着した状態で仮想空間内を歩き回る）靴といったものの登録は認められない状況にあると考えられる。その靴を履くとショッピングサイトに遷移するなど、何らかの機器の操作につながる機能があれば登録できる可能性がある。なお、クリックするとバーチャルショールームに入ることができるドアのデザインや、クリックすると案内の情報を聞いたり、質疑をしたりできる NPC のバーチャルアシスタントのデザインなどの登録例もあり、必ずしも仮想空間の外への遷移が必須という訳ではないといえる。
- つまり、日本では、単に仮想空間内における表示として使用されている、という以上の用途が明確でなければ、画像意匠は認められにくい。米国では、使用用途が明確でない画像意匠が登録できる状況になっているようである。
- 著作権については、欧州では、実用品を含めて著作権を認める傾向にあり、現実世界でも仮想空間でも、デザインを模倣されれば権利侵害になる可能性がある＝保護され得る。米国や日本では、分離可能性＝実用的な機能と分離して把握することができる美的特性を備えている場合にのみ、著作物性が認められる傾向があるので、実用品に対応する仮想オブジェクトは保護されない可能性がある。

(3) 越境の紛争への対応

- 利用規約に準拠法や合意管轄が規定されていることが多いはずであり、基本的にはその規定に従うことになると考えられる。ただし、あまりにも一方の当事者に不利益な状況であれば、利用規約にそうした規定が書かれていたとしても、裁判所が介入して調整することはあり得る。
- インターネット一般の越境の問題であり、仮想空間特有の問題はあまりないのではないか。

(4) 模倣や紛争に関する今後の見通し

- 当事者同士での争いは起きるだろうが、当面、あまり事件化しないで進んでいくのではないか。
- 仮想空間は、現状では、趣味的な世界に留まっている感があるが、今後、より本格的なサービスが提供されるようになると、色々な問題が出てくる可能性はある。

- 不正競争防止法の関係では、教育用教材ソフトウェアに対する商品形態模倣行為が「商品の形態」に該当し得るという判断を示した判例があり（東京地裁、2018年）、画像同士の類似が対象になることはある程度示されていたが、2023年の法改正は、現実世界→仮想空間、仮想空間→現実世界の交錯ケースを侵害の対象にするということを明確に意図したものとなった。ここにおいて、現状では、何が類似なら侵害になるかが必ずしも明確でないと思う。現実世界の物と仮想空間の仮想オブジェクトが類似していることをどのように判断するかが必ずしも明確でない。見た目の類似性がまず判断材料になるであろうが、用途の類似性をどこまで考慮に入れるか、例えば、同じ靴でも仮想空間の中で履くために使われていない場合でも適用対象になるのか、などが明確になっていない。従来は同種の商品同士で類似していた場合にのみ適用されていた。不正競争防止法には、著作権法のように権利制限規定があまりないので、3年の短期とはいえ、早めの明確化が望まれる。
- あるいは、街並みをスキャンして仮想空間に反映する場合、通常、許可を取った上で行われていてあまり問題となっていないが、そこにたまたま他者のデザインが写り込むことはあり得る。その場合も不正競争防止法上の形態模倣行為となり得るのか、といったケースについても、解釈上の工夫が必要であろう。
- 著作権法に関しては、美術的なものについては仮想空間でも適用されるが、実用品のデザインは、応用美術として認められない限り保護されない。ここで、実用品のデザインを保護しない理由が、仮想空間内の仮想オブジェクトにも当てはまるのかについては議論がある。従来は、実用品については主に意匠法が担当していたが、意匠法は操作画像、表示画像に該当しない画像は保護対象としないので、仮想オブジェクトについては実用品も著作権で保護する意義がある。実用品の仮想オブジェクトは、現実空間におけるのと同じ用途で使うものではないから、「実用品」に該当せず、著作権の保護対象としてよいのではないかとの議論もある。もっとも、知財戦略本部での議論では、現実世界と一貫させる立場が支持されているようである。
- また、現実世界での権利制限が、仮想空間では認められない可能性がある。例えば、現実世界で歌を歌っても、無償であれば、権利制限の対象になり得るが、ネットでやると、公衆送信は権利制限の対象にならないので、バーチャルライブで歌うには個別に許諾を取らなければならない可能性がある。あるいは、現実世界で街並みの写真を撮るのは、野外に恒常的に設置されている物に対する権利制限があるので問題ないが、バーチャルな街並みのスクリーンショットを撮る行為については別の議論になり得る。現実世界と仮想空間で、こうした権利制限について、同じような運用ができるのかも問題となり得る。

- 欧州では、意匠法を、「物品（製品）」の概念を緩め（digital form や graphic work でもよいとする）、見た目の類似性のみで規定する方向に改定するプロポーザルが出されている（Proposal for a Regulation on Community designs）。元々、欧州では、現実世界と仮想空間の区別をあまりしてこなかったが、その方向を明文化するものと考えられる。ただし、この改正プロポーザルは、必ずしも、仮想空間技術への対応を意図したものではないようである。また、これはプロポーザルであって、欧州の統一見解という訳ではなく、採用されるかも分からない。

2. 保護と利用のバランスに関する考え方

(1) 保護と利用のバランスの現状とあるべき姿

- 現在の方向性としては、仮想空間のデザイン保護では、模倣していても、模倣していなくても（先行するデザインを知っていても、知らなくても）、類似していれば権利侵害とするような絶対権を及ぼすのではなく、模倣された場合にのみ保護を及ぼすという方向だと思う。
- ただし、欧州では、絶対権である意匠権を仮想空間に及ぼそうという方向にあり、国際的な調整の議論が必要になる。

(2) デザインの保護が創作の自由に与える正の影響、負の影響

- 発展途上の段階において、絶対権的な規制が入ると、発展を阻害する懸念が大きいのではないか。権利は登録されているものではあるものの、調査の負担や侵害の可能性による委縮効果が大きいと考えられる。模倣せず、自らオリジナルに創作していれば侵害にならない、という状況の方が安心して創作活動に取り組めるだろう。
- 仮想空間の産業利用が進み、産業保護の観点が必要になった段階では、最初に創作した者に、その産業上の使用を保護する権利を与えるべきという議論になるだろう。

(3) メタバースプラットフォーム等の利用規約等の課題

- メタバースプラットフォーム内の問題処理であれば利用規約による処理でよいが、第三者の権利をユーザーが侵害した場合、利用規約に書かれているからといって、単にユーザーの責任であるとし、プラットフォームとしての責任を逃れることは認められないだろう。ユーザーにも責任があるが、プラットフォーム側に対しても、不作為の責任を問うことができると考えられる。

(4) デザイン保護に関する行政への要望等

- デザインを模倣しないで欲しいというニーズの理由の一つに、モノのパブリシティといえるような、有名なモノのデザインが持つ価値、そのモノの現実世界における機能が発揮されなくても残るような価値を守りたいということあるのではないか。現実世界では、同じ機能を持たない物であればデザインを模倣されても影響は少ないと考えることができるため、従来、そうしたモノのパブリシティはあまり重視されてこなかったが、仮想空間技術の発展によって、今後、その価値の見直しが必要になってくるのではないか。仮想空間では、機能は伴わず、見た目だけ盗用されることがあり得るが、その見た目に経済的価値があるという状況が考えられる。仮想空間でデザインを模倣された場合、「何を盗られていて、何が困るのか」ということを改めて突き詰めなければならないのではないか。

1. 模倣や紛争発生の実態

(1) 模倣や紛争発生状況

- ドイツの連邦通常裁判所が、列車車両のイラストをカタログに掲載する行為に関して、欧州連合意匠指令を受けて改正されたドイツ意匠法の解釈として、登録意匠権者が排他権を有する意匠の「使用」には意匠の（二次元的）複製を含み、専らマーケティング上の利益を目的としてイラストを使用することは、引用の例外に当たらないが、控訴審がイラストと登録意匠の類似点のみに焦点を当て相違点を考慮しなかったとしてドイツ及び国際登録意匠の意匠権を侵害するかを判断するために控訴審に差し戻した判決がある（BGH GRUR 2011, 1117 - ICE.）。
- 意匠権者の有する排他権の対象となる使用の態様には、法律の規定（ドイツ意匠法 38 条 2 項及び欧州共同体意匠規則 19 条 1 項）上、明示的には意匠の（二次元的な）複製は含まれていないが、同規定は例示であり、（二次元的な）複製を含むと解釈されている。また判例上、願書記載の物品は意匠の保護範囲を制限せず、二次元的な複製も排他権の対象である使用に該当すると解釈されている。画面表示も二次元的な複製に含まれると解されている。
- 仮想オブジェクトの保護に関する議論では、デザインに対する財産的権利を保護するという観点よりも、商標的な価値、信頼を保護するということの方が実質的には問題となっているように感じる。

(2) 模倣や紛争への対応、対策

- 模倣には、現実世界→仮想空間、仮想空間→仮想空間、仮想空間→現実世界の態様があるが、どの態様に関しても、基本的には、日本では、2023 年改正後の不正競争防止法で保護される。欧州では、欧州共同体意匠制度により、すべての態様について、特段の支障なく保護されると考えられている。

(3) 越境の紛争への対応

- 仮想オブジェクトは、仮想空間を体験する人にとっては確かに物に見えているが、実際には、ディスプレイ上に表示されるグラフィックに過ぎない。その観点からは、結局、サーバーにデータがあって、そのデータに基づいて何らかの表示がなされるのであり、仮想空間の問題を、従来の、例えば、越境のインターネットにおける問題と別に考える必要はないのではないかと。

(4) 模倣や紛争に関する今後の見通し

- 日本において、仮に意匠制度で仮想空間におけるデザイン保護を行うことを検討するのであれば、適切な保護を実現するために意匠権者にどのような行為を独占させるか、それに対しどのような制限を設けるか、といった意匠法全体の構造を見直す議論となるため、中長期的課題とならざるを得ない。立法上、解釈上、大掛かりな課題である。

2. 保護と利用のバランスに関する考え方

(1) 保護と利用のバランスの現状とあるべき姿

- 仮想空間内でのデザイン保護のために、令和 5 年改正後の不正競争防止法が商品の形態を模倣した商品の電気通信回線を通じた提供について国内販売日から 3 年の保護を与える。そのため、それ以上に、現行の意匠法によって、長期の保護を追加して、正の影響＝創作のインセンティブや投下資本の回収を確立するという必要性はあまり感じられない。むしろ、過剰保護になってしまうのではないか。
- 現行の欧州連合における意匠法による保護には、その負の影響を緩和するためにいくつかの制限を設けている。例えば、非営利の個人利用に関する制限がある。非営利の要件はかなり緩やかになっており、例えば、個人による商品の販売は非営利とされる。個人利用の要件についても、コミュニティでの利用、例えば大学での利用が、個人利用に含まれると考えられているなど、保護の制限の範囲が広い。そのため、仮想空間内での一般的な使用は、侵害に当たらない場合も多いものと思われる。
- 欧州連合における著作権の保護は意匠法や商標法ほど統一されていないため、ドイツの例を挙げる。ドイツの判例は、実用品についても、他の著作物と同様の基準で保護している。現実空間の商品を模した仮想オブジェクトについては、仮想オブジェクトは、写真のように、元の物と全く同じものとはいえないので、同一性や権利範囲をどこまで認めるかの問題が生じる可能性はあるが、著作権が及び得る。また、仮想オブジェクトの著作権も現実空間の物に対して著作権が及び得る。ただし、判例上、実用品については権利範囲が狭く解釈されており、現実の実用品間の類似性を否定する連邦通常裁判所の判決が続いている。
- 商標については、商品の類似性に関して、例えば、現実の車を子供が購入することは免許を持っていないためできないが、子供でも車の仮想オブジェクトであれば購入することができるというように、現実の物と仮想オブジェクトでは需要者が異なることなどから類似性を認めにくいと解釈される。したがって、仮想オブジェクトについては、仮想オブジェクトとして出願するのが適切な保護手段と考えられる。

(2) デザインの保護が創作の自由に与える正の影響、負の影響

- 現在の日本の意匠法の画像意匠に、仮想オブジェクトを含めるようにすると、仮想空間の業界の発展にかなり負の影響が大きいと想定される。意匠法全体の構造を変えてしまうようなことなので、仮想空間ではないところへの影響も大きいと考えられる。「業として」要件は、個人的・家庭的範囲外のものを全て含むと解され、また、インターネットを通じた画面表示を、電気通信回線を通じた提供とすると、例えば、ユーザーが購入したアクセサリーをアバターに着せ、他のユーザーも見られるようにする行為も、（意匠権者が専有する）業としての登録意匠の実施に含まれ得る。ただし、仮想空間内でのこうした行為を、「電気通信回線を通じた提供」に当たるとするのかどうか難しい問題である。意匠権者にどのような行為を専有させるのか、模倣だけではなく、その他の行為＝模倣関連行為をどこまで規制するのかの整理が必要になる。
- ただし、このような問題があるからといって、必ずしも、絶対的排他権を付与する意匠法による仮想空間のデザイン保護をすべきでないということではない。実際に、欧州法では現状でも既に保護されていると考えられている。また、欧州のビジネス界における論調も、予見可能性が低いとか事例が少なくてよく分からないところがあるといった問題があるにせよ、必ずしも仮想空間のデザイン保護が仮想空間の業界の発展に負の影響を与える懸念が大きいとは考えられていないように思われる。
- 著作権法については、従来からオンライン上での著作物の保護と利用のバランスを考慮してきており、権利範囲などの一定の調整が必要ではあるかもしれないが、現状でも仮想オブジェクトを著作権法で保護することにより正の影響をもたらす、負の影響を制御できると考える。

(3) メタバースプラットフォーム等の利用規約等の課題

- プラットフォームビジネスの場合、結局、プラットフォームが最も収益を上げられるという構造がある。また、模倣等を取り締まったり、不適切なコンテンツを削除するなどの対応を行ったりするには、ユーザーの行為に直接介入することができるプラットフォームが最も適している。したがって、プラットフォーム側に、適正な権利保護の責任を負わせることが必要と考えられる。
- プラットフォームが利用規約やガイドラインを定めるだけでは足りず、それに実効性を持たせることで、クリエイターの権利を実質的に保護し、クリエイターの収益を確保できるようにすべきである。
- 欧州では、限定されたオンラインコンテンツ共有プロバイダーが対象であるが、一定のコンテンツプラットフォームに、著作権の公衆送信権侵害の責任を原則として負わせるという立法（デジタル単一市場法 17 条）を行っており参考になる。

(4) デザイン保護に関する行政への要望等

- 権利を保護するための立法も重要であるが、その実効性を確保するには、如何に執行するかがより重要である。プラットフォームを利用してユーザーが行ったことも、基本的にユーザーの責任というようにするのではなく、プラットフォームが主体となって、適切な権利保護を行う責任を持たせるようにしていくべきである。

1. 模倣や紛争発生の実態

(1) 模倣や紛争発生の状況

- これまでで多かった紛争のパターンは、例えば、メタバース事件にみられるように、現実世界で創作されたデザインが、仮想空間で使用されたケースに関するものであった。
- 他に有名な事例として、米国で、フォートナイトの中で使われているダンスの振り付けが、著作権を侵害しているとして、振付師が、開発・運営元の Epic Games 社を訴えたケースがある。
- また、米国で、ゲーム会社のテイクツー・インタラクティブ（大人気ゲームのグランド・セフト・オートシリーズ等を運営）が提供するバスケットボール・ゲームに登場する実在の選手のタトゥーが、著作権を侵害しているとして、タトゥーアーティストが訴えたケースもある。
- その後、仮想空間の利用が進む中で、仮想空間内で創作されたデザインが、仮想空間で使用されたケースにおける争いも発生するようになってきている。

(2) 模倣や紛争への対応、対策

- 対策として、利用規約において、権利処理はユーザーの責任において実施すべきことを定めているケースが多い。模倣に伴う権利侵害について第一次的な権利侵害主体はこのような権利侵害を行なったユーザーであるものの、プラットフォームにおける権利侵害発生の頻度やユーザーによる権利侵害についてのプラットフォーム側の認識の程度や認識の可能性によっては、プラットフォームも権利侵害の主体と評価される可能性がある。したがって、プラットフォームとしては、プラットフォーム側が主体となって配信するコンテンツについては、プラットフォーム側で適切なライセンスの管理を行うことはもちろんのこと、プラットフォーム自身が権利侵害の主体であると評価されるリスクへの対処が重要である。

(3) 越境の紛争への対応

- 越境の紛争で問題になるのが多いのは著作権侵害だろう。
- 日本のユーザーが、海外の事業者が提供する仮想空間サービスの利用に関して訴えを提起したいと思っても、利用規約で、当該事業者の所在地を管轄する裁判所を合意管轄と定められ、かつ、準拠法も当該国の法＝海外法と定められてしまっていることが多い。
- 一方、消費者との取引については、消費者の居住地の法を適用すべき規定を設けている国もあるので、その適用を受けられる場合は、大きな問題にならないことも考えられる。

(4) 模倣や紛争に関する今後の見通し

- 今後は、プラットフォームをまたいで、UGC を持ち運んだり、使用したりするケースにおける問題が増えてくるだろう。プラットフォーム内では、利用規約が定められていて管理されているが、プラットフォームをまたぐケースに対しては、利用規約では処理し切れない。
- 現状は、多くのプラットフォームが乱立し、ユーザーはそれぞれのプラットフォームでコンテンツを利用していることが多い状況である。今後、仮想空間サービスが普及していくと、寡占化が進むと考えられるが、プラットフォームをまたいでコンテンツを利用したいというニーズも拡大していくと考えられる。
- プラットフォームが利用規約で定めている規約に基づく権利は、ユーザーとプラットフォーム事業者間（あるいはプラットフォームの他のユーザーとの間）の債権的なものに過ぎないので、プラットフォームをまたいでコンテンツを利用したいというニーズの拡大を踏まえた、コンテンツに関する権利の扱いについて、プラットフォーム間で協議したり、ガイドラインを定めたりしておくことが重要になると考える。
- また、生成 AI に関する著作権関係の議論で、著作権法第 30 条の 4 において、情報解析（機械学習など）などの非享受目的利用に対する権利制限規定が設けられているが、当事者間でこれと異なる定めをした場合、法規定をオーバーライド（上書き）し得るかの議論がなされている。これと同様に、仮想空間のコンテンツ利用の権利について、法の定めと当事者間の特別の定めとの優先関係についての議論が今後必要になると考えられる。

2. 保護と利用のバランスに関する考え方

(1) 保護と利用のバランスの現状とあるべき姿

- 仮想空間の世界は、基本的に、体験や人生を拡張したり、交流や文化を創出したりしようとするユーザーコミュニティの自治の世界であり、自己責任の世界である。したがって、紛争を含む問題解決は、コミュニティの自治（利用規約など）＝ソフトローで解決を図るべきものといえる。
- 仮想空間で、問題となり得る論点は整理されてきているが、実際の裁判事例や大きな争いになった事例は少ないのが現状であり、ソフトローでは対応が難しい、あるいは、ソフトローで対応するだけでは不合理な結果になってしまいがちなポイントがどこにあるのかを明確化できてきた段階で、ハードローでの対応を図るという順序だろう。

(2) デザインの保護が創作の自由に与える正の影響、負の影響

- 現実世界における実用品のデザインの保護と、仮想空間でそうしたデザインを利用したいというニーズとのバランスに関しては、両者の間での価値観の相違がかなり大きいと感じている。保護が強すぎると、仮想空間における価値創出の活力が失われてしまう懸念もある。

(3) メタバースプラットフォーム等の利用規約等の課題

- プラットフォーム内でユーザーが創作した UGC に関する権利の帰属について、基本的に、ユーザーに帰属させると規定している利用規約も多いと思われるが、その場合、他のユーザーによる二次利用について、認めさせるのかどうか、その場合のロイヤリティの支払いなどの規定を明確化させるべきではないかと感じている。
- また、プラットフォーム内で権利侵害が生じてしまった場合の対応について、ユーザーは基本的に匿名なので、プラットフォーム側がその紛争にどれだけ関与し、情報開示すべきなのかについても、明確化が必要だと感じている。
- ユーザー間のトラブルは、直接的には当事者であるユーザー間の責任で解決すべきものであるが、プラットフォームとしての二次的責任もあり得る。例えば、米国の著作権法（Digital Millennium Copyright Act）では、ユーザーが繰り返し侵害行為を行っているような場合に、プラットフォームとして、それを止めさせるようなポリシーの設定や、当該ポリシーを実施して当該ユーザーへ通知すること、十分な通知をした後に侵害対象のコンテンツの削除を行っていることを条件に、二次的責任の免責規定（セーフハーバー）を設けている。日本では、このようなケースに対して、プラットフォームのスタンスに依存している部分が多いのも課題だと感じている。その場合、相談窓口は設けているが、相談しても対応してくれなかったり、どのように判断し、どのように処理したのかが開示されず、分からなかったりする状況が生じている。

(4) デザイン保護に関する行政への要望等

- 法的観点も含め、論点整理はされてきているので、それを踏まえ、実際にガイドラインの設定などを進めていくことが必要ではないか。例えば、プラットフォームをまたぐコンテンツ利用などの取り扱いについてなどである。

第4節 関真也法律事務所 関真也弁護士

1. 模倣や紛争発生の実態

(1) 模倣や紛争発生の状況

- 米国で、テレビゲームの中で現実世界の店の建物外観を模倣した行為が、商標権侵害として訴えられたという事例や、軍事用の車のデザインを再現したものをゲームの中に登場させた行為が、商標権侵害として訴えられたという事例など、テレビゲームに関する紛争事例はみられるが、いわゆる「仮想空間」に関しては、デザインの模倣に関する目立った裁判事例等は、公表されている限り、又は公表できる限りでは、まだあまり起こっていないように見受けられる。

(2) 模倣や紛争への対応、対策

- コンテンツを創作する側は、現行法に照らし、他者の権利侵害をしないように創作を行うことが重要である。
- プラットフォーム側は、利用規約で、他者の権利を侵害したユーザーのアカウントを停止するなどの規定を置いているが、実際の運用における「あんばい」については課題がある。
- 仮想空間サービスは、多くのユーザーが、多数設置されている多様な仮想ワールドに入って、その中で様々な出来事がリアルタイムに起こっていくものであり、また、全てが 3D データとして表現されることからデータ量が膨大であることもあって、その中で起こった時々刻々の記録をとったり維持し続けたりすることが難しい場合がある。そのため、権利侵害を監視したり、検証したりするのが難しいという問題がある。
- 仮に、プラットフォームに、権利侵害を監視したり、検証したりする責任を問うとすると、その記録等の負担は大きいと想定され、プラットフォームにどこまで負担を求めるのかという視点もある。

(3) 越境の紛争への対応

- 仮想空間では 3D モデルを扱うので、単なる動画より、意匠権などが問題になりやすいと考えられる。各国で意匠権の権利範囲等が異なるので、越境サービスの紛争解決において問題となり得る。
- 著作権に関しては、応用美術の扱いが国ごとに異なるので、実用品の 3D モデルについて、越境の紛争ではその違いが問題となり得る。

(4) 模倣や紛争に関する今後の見通し

- 不正競争防止法改正により、現実世界における商品形態模倣行為であろうと、仮想空間における形態模倣行為であろうと、不正競争行為に該当し得ることとなるため、注意が必要である。これまでは、他人の商品のデザインを模倣して、仮想空間における商品にする行為は、結構あったのではないかと想定され、注意が必要である。

- 意匠法の改正で、表示画像と操作画像に限って、画像意匠が認められることとなり、特に表示画像に関して意匠審査基準の改訂も行われたが、操作画像に該当するかの判断はなお難しい場合があるかもしれない。例えば、仮想空間内で、仮想オブジェクトに近づいていき、アバターの手でつかんだり、レーザーポインターを対象に当てて選択したりすることによって、「椅子に座る」、「コップを持つ」などの動作をするということがある。これらの動作も、ある意味では、「操作している」といい得る。そこで、その仮想オブジェクトの画像そのものが「操作画像」に該当するかどうか問題となり得る。該当するとすれば、意匠法では依拠性を問わないこともあり、仮想空間におけるコンテンツやデザインの創作に及ぼし得る影響範囲が大きい。
- 従来は、コンテンツのクリエイターは、主として著作権のみに注意を払っていたと思われるが、今後は、登録意匠の調査が必要になるため、注意が必要である。現在は、登録された画像意匠は少ないが、今後、増えていくと考えられる。

2. 保護と利用のバランスに関する考え方

(1) 保護と利用のバランスの現状とあるべき姿

- 利用促進のためには、操作画像の保護範囲を明確化することが課題となる。

(2) デザインの保護が創作の自由に与える正の影響、負の影響

- 正の影響としては、保護により、仮想空間の中で、新しい商品が出てきやすくなり、産業が活性化しやすくなることが挙げられる。
- 保護が強すぎた場合の負の影響としては、権利侵害の懸念から創作活動への委縮効果が生じてしまう可能性がある。クリエイターも育ちにくいだろう。

(3) メタバースプラットフォーム等の利用規約等の課題

- プラットフォーム内に閉じた取引であればあまり問題は大きくならないと考えられる。
- ユーザー同士で取引できるプラットフォーム(CtoCのプラットフォーム)では、取引の当事者はユーザーなので、責任主体は当然ユーザーであり、プラットフォームはその場を提供しているに過ぎないのであり、ユーザー同士の紛争解決の責任がユーザーにあるとする、原則的な考え方に違和感はない。
- 問題が生じるとすれば、権利侵害を繰り返しているユーザーがいるのに、プラットフォーム側が対処せずに、その違法行為を放置しているような場合で、その場合は、利用規約がどうあれ、裁判所の判断により、プラットフォームに賠償責任が生じ得る。

(4) デザイン保護に関する行政への要望等

- 操作画像に該当するかないかの判断基準を、世の中で利用されているメタバースサービスの実態に合わせて明確化することが望ましい。

1. 模倣や紛争発生の実態

(1) 模倣や紛争発生状況

- 模倣や紛争発生は意外に少ないというのが率直な認識。
- 広い意味での仮想空間は、仮想の世界に入り込んで活動するというより、単に、リアルではない仮想のオブジェクトを取引等するものである。その場合にブロックチェーンが活用されることもある。
- 広い意味での仮想空間における模倣事例で有名なのはメタバースの事件。引用されることが多いが、必ずしもその他の事件が色々あるようには聞かれない。中国などでも模倣事例が散見されるかというところでもないと思う。
- メタバースの事例は、クリエイターの方が、現実のブランド品を仮想空間で再現してみると面白いのではないかと、意図的に、試しにやってみたものだろうと思われる。
- 一方、必ずしもその他の事例があまり見られないのは、ブランド品として消費者が手に入れたいのはリアルな物であって、仮想のオブジェクトに対するニーズはそれほど高くないからではないか。中国の知財の問題も研究したことがあるが、ブランド品のコピー商品を（現実）に入手したいという消費者の動機が背景である。
- 狭い意味での仮想空間は、cluster、VRChatなどのいわゆるメタバースで、仮想の世界に入り込んで活動するようなものである。
- 総務省の「Web3 時代に向けたメタバース等の利活用に関する研究会」などで議論しているコンセプトでは、メタバースは、没入感があって、仮想的な 3D 空間の中に完全に入り込んで活動するようなものであると定義する方向にある。ただし、実務的には、普及の観点から、スマホで利用できるものや AR のようなものも含めて考えたい向きもあり、「メタバース等」などというようにして整理している。
- 仮想的な世界に入り込んで活動する狭い意味のメタバースとは異なり、広い意味でいうメタバース等は、広い意味での仮想空間と同じで、一般の外部のインターネットと変わらない扱いになるだろうと考えられる。
- メタバースの中で現実世界の物がリアルに模倣された事例は、ある程度存在するのであろうが、それが表立って紛争になった事例は少ないように思われる。
- メタバースは、利用規約があって、それに合意し、登録したり、場合によっては会費を払ったりして、会員となった者だけが入れるクローズドな世界である。中
の様子は外部の一般世界からは見えず、模倣されているかいないかは、実際にそのメタバースに入ってチェックしてみないと明らかにならない。cluster や VRChat だけがメタバースではなく、メタバースはいくらでもあり得る。どこで
どのような模倣をされているかは一般に把握しにくいのが実態である。

(2) 模倣や紛争への対応、対策

- 具体的な紛争が必ずしもない中で、どうするかという議論だけが先行しているというのが現状ではないか。

(3) 越境の紛争への対応

- メタバースでは、利用規約で「この世界はこのような法で規律されます(例えば、『アメリカ法が適用されます』)」というようなことが書かれている場合がある。メタバースは、クローズドな特殊な世界が作られており、その中に入り込んで活動するものなので、いわば新たな領土のようなものであり、その領土における規律は、外の世界とは別のものと設定し得る。これが、一般のインターネットの世界との違いになる。
- したがって、インターネット上の知財紛争については物理的な世界における準拠法の概念によって権利を主張することになっているが、メタバースはそれとは切り離された世界であり、外の世界とは別の法で規律されるべきものなので、外の世界の法の適用を受けないと考えるべきではないか。
- 実際に、例えば、模倣等の調査や取り締まりをしようとしても、利用規約に合意して、メタバース内に入らないとできないということも、そのように考えるべき理由の一つである。
- これに対し、広い意味での仮想空間では、メタバースのようなクローズドなアクセス制限がないため、リアルな世界の準拠法ルールに従って定まる法の適用を受けべきものと考えることができる。
- 広い意味での仮想空間でも、利用規約が設けられていることはあるが、それは新たな世界における規律を規定するようなものではなく、単にソフトウェアの利用契約に過ぎない。
- 利用規約に裁判管轄が書かれている場合は、当該裁判所で紛争解決に向けた手続きがなされることになる。

(4) 模倣や紛争に関する今後の見通し

- 今後、メタバース上のビジネスや商取引等が立ち上がっていくと、問題が顕在化していくと考えられる。
- メタバース上のビジネスや商取引等が立ち上がっていくと、例えば、現実世界の特徴ある家具や店舗外観と同じような仮想オブジェクトがメタバース内にたくさん作られていくだろう。
- 今は未だ、車のメーカーが自社の車の仮想展示を行うなど、ワールド提供者が、自身の権利下にあるものを仮想オブジェクト化しているくらいだが、メタバースでのビジネスが立ち上がってくると、メタバースのリアルな雰囲気を作るために、現実世界の様々な物がこれまで以上にメタバースの中で再現されていき、その権利の所在などの問題が顕在化していくだろう。

- また、クリエイターがメタバースで創作したものを、基本的には当該クリエイターの同意の下、現実世界でも商品化していく流れも起きてくる。その場合に、両者の間に行き違いが生じて、メタバースのクリエイターが現実世界での商品化を止めようとするような紛争も起こってくる可能性がある。
- 一方、メタバースの中だけの模倣等の問題であれば、利用規約等におけるルール整備により対応はそれほど難しくないと考えられる。
- 中長期的には、メタバースにおける仮想オブジェクトについて、結局は画像に過ぎない、ビット列に過ぎないという見方をするのではなく、むしろ積極的に、デザイン保護・意匠上も、商標上も、「物」だという見方をするようにしていくべきだと考える。
- 仮想オブジェクトが、メタバースの中だけで利用されている間はあまり問題が顕在化しないが、メタバースと現実世界の間を行き来するようになると問題が大きくなる。
- 現実世界で権利として成立しているものが、メタバースの中に入ると、そこではもう単なるビット列に過ぎないと扱われてしまうのであれば、保護のしようがなくなってしまう。それでは、当事者間の利害の調整ができるという姿を描きにくい。
- 現実世界で権利が成立する創作が行われたら、それがメタバース内にも及ぶというようにしていくべきだと考える。
- その際に、現実世界での権利を取得すれば自動的にそれがメタバースにも及ぶとするのか、何らかの手続きが追加的に必要になるかについては議論の余地があるだろう。

2. 保護と利用のバランスに関する考え方

(1) 保護と利用のバランスの現状とあるべき姿

- 基本的には、現実世界の権利の保護をメタバースにも拡張して考えるべきである。
- 1990年代後半のインターネット利用の立ち上がりの時代には、表現の自由などを主張し、インターネットは現実世界の規律に必ずしも縛られない独自の世界だという論調も目立ったが、現在はそうした考え方は下火になっている。メタバースは現実世界とは別の独自の世界でありながら、現実世界の企業がメタバースの中でビジネスを行い、マネタイズを図ろうとするなど、現実世界との行き来が盛んになることが想定される世界であり、メタバースの中には現実世界を想起させるような世界が形成されるはずである。したがって、メタバースの今後の発展のためには、現実世界からメタバースに持ち込まれたデザイン等の保護が必要になる。現実世界の権利はメタバースには及ばず、自由な創作のため、創作の自由を制限するような保護は与えるべきでない、ということにはならないだろう。

(2) デザインの保護が創作の自由に与える正の影響、負の影響

- 現実世界の保護をメタバースにまで拡張して認めると、収益機会の拡大が見込まれることが、創作活動に対する正のインセンティブとして働く。

- メタバース発の創作が、現実世界でも保護されるという方向でも同様に、収益機会の拡大、市場の拡大が見込まれる。
- 負の影響としては、意匠制度で仮想世界でのデザインも保護するようにすると、デザイン創作や意匠登録に当たり、現実世界におけるデザインだけでなくメタバースにおける類似デザインについても調査しなければならないが、メタバースにおけるデザインまではなかなか調べきれないという懸念が挙げられる。仮想世界はクローズドな世界なので、その調査も難しくなる。
- また、例えば、会費が非常に高いなどクローズド性がとりわけ高いメタバースを作り、その中で非常に多くのデザインパターンを作っておき、他者のデザインがそのうちのこれを侵害していると訴えるようなバーチャルデザイントロールのようなこともあえて言えばあり得る。生成 AI を使って人手では及ばないようなたくさんのデザインパターンを生成するといったことがなされる可能性もある。
- 現実世界の保護をメタバースに拡張する方向は正の影響が大きい、メタバースにおける保護を現実世界にも及ぼすという方向は、正の影響だけでなく負の影響もあるということになる。

(3) メタバースプラットフォーム等の利用規約等の課題

- プラットフォーム側のスタンスとしては、プラットフォームは場を提供しているだけで紛争解決には基本的に関与しない、という在り方になるのはやむを得ない。支配的なプラットフォームについては、日本を含め各国で立法により「単なる場を提供」という位置づけを越えた義務を課すようになっているが、それも支配的な巨大プラットフォームに限られている。
- 利用規約で準拠法を定めていないと、現実世界と切り離された独自の世界であるにも関わらず、どのような法で規律されるのかが分からないというようになってしまうので、準拠法を定めたり、当該メタバースではどのような法で規律されるのかを適切に規定したりすることが重要である。
- メタバースプラットフォームの中には、ユーザー登録しないと利用規約が見られないケースもあるようである。登録する前に調べたり判断したりできるようになっている必要があると考える。クリエイターは必ずしも対象のメタバースのユーザーとは限らないので、クリエイターがメタバースプラットフォームの利用規約を把握できていない状況もあり得る。

(4) デザイン保護に関する行政への要望等

- メタバースは現実世界とは別の世界と捉えるので、時際法、人際法のように、法領域が重なって抵触する部分で、どちらの法が適用されるのかを決める、抵触法アプローチがこれらの間にも必要と考える。いわば「空間際法」ということになる。国として、この空間際法のルールを整備すべきではないか。

- メタバースに関する法や環境整備には短期的対応と中長期的対応がある。今時点ではメタバース上のビジネスがそれほど立ち上がっていないので、中長期的な観点から、大がかりな対応に動き出すのは難しいところであるが、目先の問題に捉われて、個別的、短期的な対応が積み重なり、それがなし崩し的に中長期的対応の代わりになってしまうことがないように期待したい。
- メタバースのルール作りは、国際的な足並みが揃わないとコンフリクトが起きがちであるので、日本から考え方を提示して、国際的な協調に向けリーダーシップをとっていくべきではないか。

第6節 韓国知識財産研究院) ムン・ミョンソプ氏

1. 模倣や紛争発生の実態

(1) 模倣や紛争発生の状況

- 韓国では、ゴルフコースに関する判例がある。現実世界のゴルフコースが、スクリーンゴルフで再現されたケースにおいて、現実のゴルフコースの運営者が、スクリーンゴルフの運営者を訴えたもので、現実のゴルフコースの設計について著作権の成立を認め、その使用について、不正競争防止法上の成果冒用行為と認定し、損害賠償責任を認めた（ここでは、原告は設計者ではないので、著作権法上の請求ではない）。

(2) 模倣や紛争への対応、対策

- 韓国知識財産研究院で、メタバース時代の知的財産権の在り方について調査研究を行い、報告書「デジタル変換時代の知的財産：メタバースを中心に」をまとめた。ただし、これが韓国の統一的、正式な見解という訳ではなく、韓国知識財産研究院としての一つのまとめという位置づけである。
- 日本では、不正競争防止法改正により、デジタルについても商品形態模倣規制の対象になったと認識している。
- また、内閣府などにおける議論を通じ（「メタバース上のコンテンツ等をめぐる新たな法的課題への対応に関する官民連絡会議」等）、現段階では、法的な対応＝ハードローによる対応より、利用規約などでの対応＝ソフトローによる対応の方を中心に検討していこうという方向にあると認識している。
- 一方、米国や欧州などの、仮想空間のデザイン保護に関する法制度や、その韓国との比較については、韓国内では、あまり整理されていないと思う。
- スクリーンゴルフの例は、韓国の現行法において、仮想空間のデザインに関する紛争を解決する全般的な方向性を示したものと考えている。
- 韓国の著作権法は、米国のそれに近く、現実世界にも仮想空間にも及び、応用美術にも保護が及ぶが、デザイン保護法（意匠法）の場合は異なる判決になっただろうと予想される。デザイン保護法や商標法上の実施の対象は有体物に限定されている。デザインが仮想空間内で再現されても、デザイン保護法上の侵害には該当しない可能性が高い。
- スクリーンゴルフの事例では、韓国の不正競争防止法上の成果冒用行為の対象は、現実世界、仮想空間を問わないという解釈が示されたと理解できる。

(3) 越境の紛争への対応

- 例えば、ZEPETO は、現時点でユーザーが 4 億人程度もいるが、海外の利用者が相当多い。200 か国から 370 万人のクリエイターが活動している。
- 国によって、著作権法やデザイン保護法が異なるので、それに伴う法的問題や、準拠法、管轄権の問題が起き得ると想定される。

(4) 模倣や紛争に関する今後の見通し

- 韓国においては、現状、仮想空間のデザイン保護に向けた、法改正の動きはない。

2. 保護と利用のバランスに関する考え方

(1) 保護と利用のバランスの現状とあるべき姿

- 未だ「仮想空間」の概念も確立しておらず、どこまで「仮想空間」とみなすかも不明なところがあるのが現状である。
- 現在、韓国では、仮想空間を、ゲーム産業規制の対象にするかどうかを検討されている。例えば、年齢制限や若年者の長時間使用制限、深夜使用制限などである。それに対し、仮想空間に関わる事業者は、仮想空間の産業の発展が阻害されるとして、反対の声を上げている。
- 「仮想空間」に向けた、知識財産権制度の在り方についての議論は、あまり発生していない。
- スクリーンゴルフの事例にみるように、現行法で解決できる部分は現行法で対応し、現行法で解決できない部分については、今後の推移を見守るというスタンスにすべきと考えている。

(2) デザインの保護が創作の自由に与える正の影響、負の影響

- 韓国では、新型コロナウイルス感染症の拡大が収まってきたこともあって、仮想空間産業に対する関心が薄くなっており、ユーザー数も減っている。人々が、仮想空間やネットワークの世界から、現実世界に戻ってきている。このような状況下で、保護の強化は、仮想空間産業の発展に対する負の影響があり、望ましくないと考えている。
- デザイン保護を強化すると、クリエイターは自身の作品に対する権利を保護してもらえるので、創作意欲をポジティブに刺激する部分があると思うが、保護が強すぎると、利用に制限をかけてしまうことになるので、やはり、保護と利用のバランスが必要になってくるだと思う。ただし、「仮想空間」の世界は、今後、どうなっていくのか、流れが未だ分からない状況であり、現段階で規制をすると、負の影響が大きいと想定されるし、また、どのような影響が起きるかも予測できないのが現状だと思う。問題となる事象が確実になるまでは推移を見守るべきと考える。

(3) メタバースプラットフォーム等の利用規約等の課題

- 報告書「デジタル変換時代の知的財産：メタバースを中心に」の第6章（メタバース創作物の法的性質と権利）のⅡの2（メタバース創作物の権利の帰属）に、「1）プロシューマーが創作した場合」として、「国内ゼペットの場合、利用規約3の4）を通じて『ユーザーコンテンツに対するすべての著作権及びその他の知的財産権は本人にあり、ただし ZEPETO コンテンツに対する著作権その他の知的財産権の帰属には影響がない』と明示しており、プロシューマーの創作物に対する知識財産権は、プロシューマーに帰属されると明らかにしている。しかし海外の一部のプラットフォームは、プロシューマーの創作物に対する知識財産権がプラットフォームにあると説明する場合もあり、利用規約には明らかに利用者にその権利が帰属されると明示していても、技術的な理由でその創作物が実質的にプラットフォーム企業にある状況が一般的」とあるが、ここにおける「プロシューマーの創作物に対する知識財産権がプラットフォームにある」「海外の一部のプラットフォーム」とは、初期のフォートナイトなどのオンライン3Dゲームを念頭においたものであった。オンラインゲームでは、知識財産権は運営者側にあるとされるケースが多かった。ただし、フォートナイトも、今では、ゲームだけでなく、汎用的なメタバースプラットフォームの性格を持つようになっているので、状況が変わっていると思う。
- クリエイターが主たる創作を行った場合は、権利の帰属がクリエイターになるのが望ましいと考えられる。ただし、仮想空間のためのコンテンツ創作は、プラットフォーム側が提供する素材やツールを使って行われることが多いので、クリエイターか、プラットフォーム側か、純粋にどちらかに権利が帰属するとするのは現実的でないと考えている。
- 利用規約では、知識財産権について、クリエイターに権利を与えているものの、その権利の利用について相当、制限を置いているケースが多い。その中にはフェアでないケースもあり得る。

(4) デザイン保護に関する行政への要望等

- 仮想空間のデザイン保護については、国際的な協力が必要であり、そのための議論は引き続き必要だと考えている。
- 韓国では、新型コロナウイルス感染症の拡大が収まってきたこともあり、また、現在は技術的に未熟なところがあるため、仮想空間産業に対する推進力が弱くなっているのが現状であるが、技術発展には今後も注目していく必要があると思っている。

第6部 仮想空間のデザイン保護に関する検討課題に対する示唆

ここでは、本調査研究全体を通じたまとめとして、仮想空間の産業や仮想空間に携わるクリエイターを取り巻く環境の見通し、仮想空間の特徴を踏まえ、諸外国と日本における仮想空間のデザイン保護の動向を整理し、今後の、検討課題に対する示唆を述べる（図表6-1）。

【仮想空間の産業とクリエイター経済の発展】

- グローバル市場調査会社の Fortune Business Insights によると、世界のメタバース市場は、ゲーム、ヘルスケア、教育・学習、旅行・観光などでの利用により、2023 年の約 4,200 億ドルから、2027 年の約 3 兆 4,000 億ドルに、年平均成長率約 69%で成長すると予測されている。近時では、コロナ禍による電子商取引需要やオンライン会議需要の増加が、成長要因となってきたとされている。そして、ゲーム会社、電子商取引企業、ファッション産業などによる、仮想世界サービスへの投資の増加、VR デバイスに対する世界的な需要増、消費者によるゲーム利用、e スポーツの流行、バーチャルイベントやバーチャルコンサート需要の増加などが、今後の成長要因として挙げられている⁴⁰⁷。
- 総務省「Web3 時代に向けたメタバース等の利活用に関する研究会」第 9 回資料「メタバースに関する動向等」に示されている、メタバースの認知・利用状況に関するアンケート調査によると、2022 年 12 月時点で、8 割超の回答者がメタバースを知っている状況にあり、他者に説明できるレベルで知っている回答者も、2022 年 6 月から 12 月の半年で、4.5%から 11.6%へと 2 倍以上に増加している。回答者のうち利用経験者は 5.5%で、そのうち 1/3 が月 1 回以上利用している。
- 3D モデル制作プラットフォームの VRoid Studio を開発・提供しているピクシブ株式会社によると、日本の VRoid Studio ユーザーは 2019 年の 30 万人から 58 万人と約 2 倍に増え、海外ユーザーも 35 万人から 110 万人と約 3 倍に増えている⁴⁰⁸。このデータ自体は、簡易制作ツールのユーザー数のデータであるが、ここ数年で、仮想空間で利用できる 3D モデルのクリエイター人口が急増していることを示している。
- 本調査研究における、クリエイター向けアンケート調査でも、「一度でも制作経験がある者のうち、数作にとどまるのは 17.9%」で、「ある程度の数の制作経験がある者が 82.1%」と、クリエイターは、一度制作経験を持つと、数作に留まらず、様々な制作に取り組んでいる様子がうかがえ、また、「現在、ある程度以上の収入を得ている者が 28.9%」「将来、メタバースのデザイン創作である程度以上の収入を得たいとした者が 44.5%」など、クリエイターが、経済的な活動領域として、仮想空間のデザインに意欲的に取り組んでいる様子⁴⁰⁹が示されている。

⁴⁰⁷ Fortune Business Insights (2023) 「The global metaverse market size was valued at \$234.04 billion in 2022 & is projected to grow from \$416.02 billion in 2023 to \$3,409.29 billion by 2027.」

⁴⁰⁸ ピクシブ株式会社 (2021) 「インフォグラフィック『数字でみる！VRoid と世界のアバターシーン』」(<https://vroid.com/news/3rmZO2zqNGU20UpNV7O1rQ>)

- 現状では、仮想空間はまだ未成熟、未発達の市場であるが、本調査研究で見た代表的なプラットフォームにおいても、販売手数料、サブスクリプション、商用利用の契約など、様々な収益方法が模索されており、今後、本格的なビジネスが立ち上がり、商用利用につながっていく可能性がある（＊1）。

【仮想空間（メタバース）の別世界性】（＊2）

- 仮想空間（メタバース）は、利用規約があり、それに合意し、場合によっては会費を払って、会員となった者だけが参加できるクローズドな世界である。その中に入り込んで活動するものであり、そこに、一般のインターネットの世界との違いをみることもできる。
- 中の様子は外部の一般世界からは見えず、デザインが模倣されているかいないかは、実際にそのメタバースに入ってチェックしてみないと明らかにならない。
- 仮想空間サービスは、多くのユーザーが、多数設置されている多様な仮想ワールドに入って、その中で様々な出来事がリアルタイムに起こっていくものであり、全てが 3D データとして表現されることからデータ量が膨大であることもあって、その中で起こった時々刻々の記録は、基本的にとられていない。そのため、権利侵害を監視したり、検証したりするのが難しいという事情がある。
- 実用品の仮想オブジェクトは、現実空間におけるのと同じ用途で使うものではなく、実用品を模したものではあっても、必ずしも実用品と解釈されるとは限らない。
- 現実世界では、あまり重視されてこなかったが、仮想空間では、現実空間におけるのと同じ機能は伴わないが、見た目だけ盗用され、その見た目に経済的価値があるという状況が考えられる。仮想空間でデザインを模倣された場合、「何を盗られていて、何が困るのか」ということを改めて突き詰めなければならない。

【諸外国と日本における仮想空間のデザイン保護】

現実世界の物に対する意匠権による仮想空間での保護（＊3）

- 米国の意匠制度においては、同種の製品でなければ侵害にならないという趣旨の判決が出る傾向にある。日本と同じ傾向といえる。つまり、仮想空間における仮想オブジェクトのデザインについて、現実世界の物品の意匠を侵害したという判断にはなりにくい状況にある。
- 欧州では、現実世界の物に対する意匠権が二次元的な複製にも及ぶと解釈される傾向があり、その二次元的な複製に関する判断を 3D モデルに敷衍すると、欧州では、現実世界の物に対する意匠権が仮想空間にも及ぶと解釈される方向にある。

意匠権による仮想オブジェクトの保護（※3）

- 米国では、画像意匠として 3D モデルを登録するという事例が出ている。その使い道は特定されておらず、また、登録されただけで、未だ司法判断のケースはないので、その実際の権利範囲はよく分からないのが実態であるが、仮想オブジェクトの権利保護について、3D モデルを意匠として登録するという手段があることになる。
- 日本では、意匠審査基準 WG での議論の経緯などから、単に仮想空間内における表示として使用されている、という以上の用途（例えば、仮想空間内で使用すると、ショッピングサイトに遷移する、バーチャルショールームに入ることができる、NPC のバーチャルアシスタントと話せるなど）が明確でなければ、画像意匠は認められにくい方向にある。
- 欧州では、欧州共同体意匠制度により、現実世界→仮想空間の他、仮想空間→仮想空間、仮想空間→現実世界の態様についても、基本的に保護されると考えられる。
- 現行の欧州連合における意匠法による保護には、その負の影響を緩和するためにいくつかの制限を設けている。例えば、非営利の個人利用に関する制限がある。非営利の要件はかなり緩やかになっており、例えば、個人による商品の販売は非営利とされる。個人利用の要件についても、コミュニティでの利用、例えば大学での利用が、個人利用に含まれると考えられているなど、保護の制限の範囲が広い。そのため、仮想空間内での一般的な使用は、侵害に当たらない場合も多いものと思われる。

著作権による保護（※4）

- 米国や日本では、分離可能性＝実用的な機能と分離して把握することができる美的特性を備えている場合にのみ、著作物性が認められる傾向があるので、実用品に対応する仮想オブジェクトは保護されない可能性がある。
- 欧州では、実用品を含めて著作権を認める傾向にあり、現実世界でも仮想空間でも、デザインを模倣されれば権利侵害になる可能性がある。ただし、一部加盟国において、実用品については権利範囲が狭く解釈されており、ドイツでは現実の実用品間の類似性を否定する連邦通常裁判所の判決が続いている。

不正競争防止法による保護（※5）

- 日本では、2023 年改正の不正競争防止法により、現実世界→仮想空間、仮想空間→仮想空間、仮想空間→現実世界のどの態様に関しても、基本的には、商品形態模倣に対して国内販売日から 3 年の保護が与えられる。

プラットフォームの運営における保護（※6）

- 利用規約で権利処理や紛争解決はユーザーの責任で実施すべきと定めているケースが多い。
- 欧州では、限定されたオンラインコンテンツ共有プロバイダーが対象であるが、一定のコンテンツプラットフォーマーに、著作権の公衆送信権侵害の責任を原則として負わせるという立法（デジタル単一市場法 17 条）を行っている。
- 米国の著作権法（Digital Millennium Copyright Act）では、ユーザーが繰り返し侵害行為を行っているような場合に、プラットフォーマーとして、それを止めさせるようなポリシーの設定や、当該ポリシーを実施して当該ユーザーへ通知すること、十分な通知をした後に侵害対象のコンテンツの削除を行っていることを条件に、二次的責任の免責規定（セーフハーバー）を設けている。
- 日本では、このようなケースに対して、プラットフォーマーのスタンスに依存している部分が多い。その場合、相談窓口は設けているが、相談しても対応されないという相談窓口としての実態を伴わない状況や、相談に対してどのように判断し、どのように処理したのかが開示されず、不明瞭な状況が生じている。

【仮想空間のデザイン保護に関する検討課題に対する示唆】

短～中期的課題

- （※1→）仮想空間は、デザイン模倣についてその保護を検討する上では、まだまだ未成熟、未発達の市場であるため、その市場の発展を過度に阻害しないようにすべきと考えられる。
- 仮想空間に関して実際の裁判事例や大きな争いになった事例は少ないのが現状であり、ソフトローでは対応が難しい、あるいは、ソフトローで対応するだけでは不合理な結果になるポイントがどこにあるのかを明確化できてきた段階で、ハードローでの対応を図るという順序が適当と考えられる。
- （※5→）2023 年の不正競争防止法改正の下で、現実世界の物と仮想空間の仮想オブジェクトが類似していることをどのように判断するのかは必ずしも明確でないのが現状。見た目の類似性がまず判断材料になるが、用途の類似性をどこまで考慮に入れるか、などが明確になっていない。従来は同種の商品同士で類似していた場合にのみ適用されていた。不正競争防止法には、著作権法のように権利制限規定があまりないので、3 年の短期とはいえ、早期の明確化が望まれる。
- あるいは、街並みをスキャンして仮想空間に反映するような場合、通常、許可を得た上で行われており、問題となっていないが、そこにたまたま他者のデザインが写り込むことはあり得る。そのような場合でも、権利侵害とならないとする余地のある著作権法との整合性の観点からも、不正競争防止法上の形態模倣行為となり得るのかについても、解釈上の工夫が必要であろう。

中～長期的課題

- （※2・※4→）著作権法に関して、実用品のデザインを保護しない理由が、仮想空間内の仮想オブジェクトにも当てはまるのかについては議論がある。従来は、実用品については主に意匠法が担当していたが、意匠法は操作画像、表示画像に該当しない画像は保護対象としないので、仮想オブジェクトについては実用品も著作権で保護する意義がある。実用品の仮想オブジェクトは、現実空間におけるのと同じ用途で使うものではないから、「実用品」に該当せず、著作権の保護対象としてよいのではないかとの議論もある。もっとも、知財戦略本部での議論では、現実世界と一貫させる立場が支持されているようである。
- 著作権法に関して、現実世界での権利制限が、仮想空間では認められない可能性がある。例えば、現実世界で歌を歌っても、無償であれば、権利制限の対象になり得るが、ネットでやると、公衆送信は権利制限の対象にならないので、バーチャルライブで歌うには個別に許諾を得なければならない可能性がある。あるいは、現実世界で街並みの写真を撮るのは、野外に恒常的に設置されている物に対する権利制限があるので問題ないが、バーチャルな街並みのスクリーンショットを撮る行為については別の議論になり得る。現実世界と仮想空間で、こうした権利制限について、同じような運用ができるのかも問題となり得る。
- （※3→）現在の日本の意匠法の画像意匠に、仮想オブジェクトを一般的に含めることは、意匠法全体の構造を見直す大掛かりな課題であり、中長期的課題とならざるを得ない。「業として」要件は、個人的・家庭的範囲外のものを全て含むと解され、また、インターネットを通じた画面表示を、電気通信回線を通じた提供とすると、例えば、ユーザーが購入したアクセサリーをアバターに着せ、他のユーザーも見られるようにする行為も、（意匠権者が専有する）業としての登録意匠の実施に含まれ得る。意匠権者にどのような行為を専有させるのか、模倣だけではなく、その他の行為＝模倣関連行為をどこまで規制するのかの整理が必要になる。
- （※2→）ただし、このような問題があるからといって、必ずしも、絶対的排他権を付与する意匠法による仮想空間のデザイン保護をすべきでないということではない。実際に、欧州法では現状でも既に保護されていると考えられている。また、欧州のビジネス界における論調も、予見可能性が低いとか事例が少なくてよく分からないところがあるといった問題があるにせよ、必ずしも仮想空間のデザイン保護が仮想空間の業界の発展に負の影響を与える懸念が大きいとは考えられていないように思われる。
- このように、欧州では、絶対権である意匠権を仮想空間に及ぼそうという方向にあり、日本の意匠制度のみならず、国際的な調整の議論が必要になる。

- （※6→）プラットフォームは場を提供しているだけで、紛争解決の一次的責任はユーザーにあるのが基本であるが、特に、支配的なプラットフォームの場合や、権利侵害を繰り返しているユーザーがいる場合など、不作為をそのまま許容してよいとはいえない。模倣等を取り締まったり、不適切なコンテンツを削除するなどの対応を行ったりするには、ユーザーの行為に直接介入することができるプラットフォームが適していると考えられ、単に利用規約やガイドラインを定めるだけではなく、プラットフォームに二次的責任を負わせ、クリエイターの権利保護に実効性を持たせることで、クリエイターの収益も確保できるようにし、健全な仮想空間市場の発展を目指すべきではないか。
- プラットフォームが利用規約で定めている規約に基づく権利は、ユーザーとプラットフォーム事業者間（あるいはプラットフォームの他の利用者との間）の債権的なものに過ぎないので、プラットフォームをまたいでコンテンツを利用したいというニーズの拡大を踏まえた、コンテンツに関する権利の扱いについて、プラットフォーム間で協議したり、ガイドラインを定めたりしておくことが重要になると考えられる。

図表 6-1 仮想空間のデザイン保護に関する検討課題に対する示唆まとめ

仮想空間の産業とクリエイター経済の発展

- ・メタバース市場は、ゲーム、ヘルスケア、教育・学習、旅行・観光などでの利用により、高い成長率が期待。
- ・現状、認知度8割超、利用経験5.5%程度、ここ数年で、仮想空間で利用できる3Dモデルのクリエイター人口が急増。
- ・クリエイターは、経済的な活動領域として、仮想空間のデザインに意欲的に取り組み。
- ・現状では、仮想空間はまだ未成熟、未発達の世界であるが、メタバースプラットフォームでは、販売手数料、サブスクリプション、商用利用の契約等、様々な収益方法を模索、今後、本格的なビジネスが立ち上がり、商用利用につながっていく可能性。

仮想空間(メタバース)の別世界性

- ・仮想空間(メタバース)は、利用規約があり、それに合意し、場合によっては会費を払って、会員となった者だけが参加できるクローズドな世界。
- ・その中に入り込んで活動するものであり、そこに一般のインターネットの世界との違いをみることできる。
- ・中の様子は外部の一般世界からは見えず、デザインが模倣されているかいないかは、実際にそのメタバースに入ってチェックしてみないと明らかにならない。
- ・データ量が膨大であり、中で起こった時々刻々の記録は取り切れない。
- ・実用品の仮想オブジェクトは、実用品を模したものであっても、必ずしも実用品ではない。
- ・現実世界であり重視されてこなかった、モノのバリエーションに経済的価値。

諸外国と日本における仮想空間のデザイン保護

【現実世界の物に対する意匠権による仮想空間での保護】

- ・米国では、現実の製品を模しても仮想空間では現実と同じ機能を持たないので保護されない傾向。(日本もこれに近い)
- ・欧州では、現実世界の物に対する意匠権が仮想空間にも及ぶと解釈される方向。

【意匠権による仮想オブジェクトの保護】

- ・米国では、必ずしも使用用途が明確でない3Dモデルが画像意匠として登録される事例が出現。(日本では、単に仮想空間内における表示として使用されている、という以上の用途が明確でなければ、画像意匠は認められにくい)
- ・欧州では、仮想空間→仮想空間、仮想空間→現実世界の態様についても、基本的に保護される。ただし、保護が行き過ぎないように、かなり広い範囲の保護の制限が組まれている。

【著作権による保護】

- ・米国では、実用的な機能と分離して把握できる美的特性を備えている場合にのみ、認める傾向。(日本もこれに近い)
- ・欧州では、実用品を含めて認める傾向。ただし、実用品については権利範囲を狭く解釈。

【不正競争防止法による保護】

- ・日本では、2023年改正の不正競争防止法により、仮想空間に関係する行為も含め、基本的には、商品形態模倣に対して国内販売日から3年の保護が与えられる。

【プラットフォームの運営における保護】

- ・利用規約で権利処理や紛争解決はユーザーの責任で実施すべきと定めているケースが多い。
- ・欧州では、一定のコンテンツプラットフォームに、著作権の公衆送信権侵害の責任を負わせる立法。
- ・米国では、ユーザーが繰り返し侵害行為を行っているような場合に、プラットフォームに二次的責任。
- ・日本では、このようなケースに対して、プラットフォームのスタンスに依存。

仮想空間のデザイン保護に関する検討課題に対する示唆

【短～中期的課題】

- ・仮想空間は、デザイン模倣についてその保護を検討する上では、まだまだ未成熟、未発達の世界であるため、その市場の発展を過度に阻害しないようにすべきと考えられる。
- ・ソフトローでは対応が難しい、あるいは、ソフトローで対応するだけでは不合理な結果になってしまいがちなポイントがどこにあるのかを明確化できてきた段階で、ハードローでの対応を図るという順序。
- ・2023年改正の不正競争防止法下で、現実空間の物と仮想世界の仮想オブジェクトが、商品形態として類似しているかどうかの判断基準の明確化。

【中～長期的課題】

- ・著作権に関して、仮想オブジェクトについては実用品も保護対象にしなくてもよいのかの検討、また、仮想空間でも現実世界と同じような、権利制限の運用ができるようにしなくてもよいのかの検討。
- ・意匠法の画像意匠に、仮想オブジェクトを一般的に含めるのであれば、意匠法全体の構造を見直し、保護の制限を適切に組み込む必要。
- ・また、欧州では、絶対権である意匠法を仮想空間に及ぼそうという方向にあり、国際的な調整の議論が必要。
- ・プラットフォームに二次的責任を負わせる必要がないのかの検討。
- ・プラットフォームをまたいでコンテンツを利用したいというニーズの拡大を踏まえた、コンテンツに関する権利の扱いについてのガイドライン策定。

資 料 編

I. アンケート調査票

※ 【緑の網掛け】は質問項目のテーマを示すためのもので、実際の調査票には表示していない。

※ 赤の網掛けはスクリーニング等のロジックを示すもので、実際の調査票には表示していない。

【スクリーニングのための質問】

【制作経験の有無】

SC 1	あなたは、メタバース（仮想空間）での利用を想定した、コンテンツのデザインやアートの制作を行ったことがありますか？ 以下のうち 最も当てはまるものを一つだけ 選んでください。 ※ 「コンテンツ」とは、ここでは、ワールド、アバター、アイテム、アクセサリ、それらの素材となる 3D モデルなど、いずれでも構いません。また、有償、無償を問いません。 ※ ただし、単に練習用に作ったというのではなく、メタバースでの利用を想定した制作に限ります。ここでいう、メタバースでの利用には、自分で利用することも、他者に使ってもらうことも含みます。 ※ 簡易制作ツールを利用して、数回のクリックで作成したコンテンツは含みません。
------	---

☐	1	たくさん制作した経験がある
☐	2	ある程度制作した経験がある
☐	3	過去に制作した経験があるが、数作にとどまる
☐	4	これまで一度も制作したことがないが、今後、制作をしようと考えている
☐	5	これまで制作したことがなく、今後も制作をする予定が無い
☐	6	よく分からない

→「4」～「6」と回答した者は対象外とする。

【本調査 調査票】

1. メタバース（仮想空間）での利用を想定したコンテンツのデザイン制作へのあなたの関与の状況についてお聞かせください。

※ 「コンテンツ」とは、ここでは、ワールド、アバター、アイテム、アクセサリ、それらの素材となる3Dモデルなど、いずれでも構いません。また、有償、無償を問いません。

※ ただし、単に練習用に作ったというのではなく、メタバースでの利用を想定した制作に限ります。ここでいう、メタバースでの利用には、自分で利用することも、他者に使ってもらうことも含まれます。

※ 簡易制作ツールを利用して、数回のクリックで制作が完了するようなものは含みません。

※ 制作物ごとに回答が異なる質問については、代表的な制作物についてお答えください。

【関与度（現在）】

Q 1	あなたは、 現在 、メタバース（仮想空間）での利用を想定したコンテンツのデザイン制作に、どの程度取り組んでいますか？ 以下のうち最も当てはまるものを 一つだけ 選んでください。	
☐	1	メインの職業として収入を得ている
☐	2	副業としてある程度の収入を得ている
☐	3	副業とまではいえないが、有償のものを制作することがある
☐	4	他人に無償で提供するコンテンツを制作することがある
☐	5	専ら自分が使うためのコンテンツを制作している

【関与度（将来）】

Q 2	あなたは、 将来 、メタバースでの利用を想定したコンテンツのデザイン制作に、どの程度取り組もうと思いますか？ 以下のうち最も当てはまるものを 一つだけ 選んでください。	
☐	1	メインの収入源としたい
☐	2	副業としての収入源としたい（メインの収入源が他にある）
☐	3	副業とまではいえないまでも、有償のものの制作にもチャレンジしたい
☐	4	専ら趣味として無償で制作を楽しみたい
☐	5	あまり制作したいとは思わない

【主な制作形態】

Q 3	あなたは、メタバースでの利用を想定したコンテンツのデザイン制作に、 主に どのような形態で携わっていますか？ 以下のうち最も当てはまるものを 一つだけ 選んでください。	
☐	1	メタバース向けコンテンツ制作を主な事業とする法人に雇用されて業務として制作
☐	2	メタバース向けコンテンツ制作以外の事業を主な事業とする法人に雇用されて業務として制作
☐	3	法人との雇用関係にないが、チームのメンバーとして制作
☐	4	法人との雇用関係がなく、他者からの委託を受けて個人として制作
☐	5	法人との雇用関係がなく、他者からの委託を受けず自ら制作

【収益方法】

Q 4	メタバースでの利用を想定したコンテンツのデザイン制作に関連して、あなたはどのような方法で収益を得ていますか？ 以下のうち当てはまるものを <u>全て</u> 選んでください。
-----	---

☐	1	有料イベントやワールドのチケット販売
☐	2	ワールド、イベントの受託制作、運営
☐	3	アバター、アイテム、その他の 3D モデル素材の販売
☐	4	アバター、アイテム、その他の 3D モデル素材の受託制作
☐	5	広告収入、SNS からの収入
☐	6	ファンからの投げ銭、ギフト、寄付
☐	7	仮想空間内の不動産、アイテムの価値を高めて販売
☐	8	指導、研修、執筆
☐	9	その他
☐	10	特に収益はない

【収入額】

Q 5	あなたは、メタバースでの利用を想定したコンテンツのデザイン制作によって、過去 1 年間でどの程度の収入を得ましたか？ 以下のうち最も当てはまるものを <u>一つだけ</u> 選んでください。
-----	---

☐	1	過去 1 年間に特に収入はない
☐	2	1 万円未満
☐	3	1 万円以上、10 万円未満
☐	4	10 万円以上、100 万円未満
☐	5	100 万円以上、1000 万円未満
☐	6	1000 万円以上
☐	7	答えたくない

【他者のコンテンツや製品の参照】

Q 6	あなたは、メタバースでの利用を想定したコンテンツのデザイン制作の際、他者のコンテンツや、物理的な製品のデザインを参考にしたり真似したりすることはありますか？ 以下のうち当てはまるものを <u>全て</u> 選んでください。
-----	---

☐	1	他者のコンテンツや物理的な製品は一切見ずに制作している
☐	2	つくりやトレンドを知るために他者のコンテンツや物理的な製品のデザインを参考にするが、制作する際に個々の具体的なデザインを参照したり真似したりはしない
☐	3	他者のコンテンツをベースにし、オリジナリティが出るように修正を加えて制作している
☐	4	他者の物理的な製品のデザインをベースにし、オリジナリティが出るように修正を加えて制作している
☐	5	他者のコンテンツをほとんどそのまま利用している
☐	6	他者の物理的な製品のデザインをほとんどそのまま 3D 化している
☐	7	上記のいずれにも当てはまるものがない

【現実空間の製品等のデザイン】

Q 7	あなたは、仮想空間で使うコンテンツのデザインとは別に、現実空間において実際に使用する製品や建築物、インテリア等、物理的なもののデザインをすることがありますか？ 以下のうち当てはまるものを <u>全て</u> 選んでください。
-----	--

☐	1	（自ら又は他人がデザインした）仮想空間のコンテンツのデザインを現実の物品等としたもの（例えば仮想空間上の服を現実の衣服とする）をデザインすることがある
☐	2	（自ら又は他人がデザインした）仮想空間のコンテンツをイラスト化したものを T シャツ等としてグッズ化することがある
☐	3	仮想空間でのコンテンツのデザインと関わりのない、物品や建築物、インテリア等をデザインすることがある
☐	4	仮想空間でのコンテンツのデザインと関わりのないグラフィックイメージや広告をデザインしている
☐	5	その他
☐	6	現実空間で用いられる物品等のデザインは特にしていない

2. メタバースでの利用を想定したコンテンツのデザイン制作における、模倣や紛争の経験についてお聞かせください。

※「模倣」とは、ここでは、アバター、アイテム等の形状やテクスチャー、その動きや状態等が類似したものを作ること、あるいは、ワールド、イベント等におけるコンテンツの組み合わせ方や配置の仕方、それらのテイストやコンセプト、世界観が類似したものを作ることとしてお答えください。

【模倣された経験】

Q 8	あなたが制作した、メタバースでの利用を想定したコンテンツのデザインを模倣されたことはありますか？ 以下のうち最も当てはまるものを 一つだけ 選んでください。	
☐	1	頻繁に模倣されている
☐	2	模倣されたことがある
☐	3	模倣されたことはない
☐	4	よく分からない

【模倣の内容等】

Q 9	あなたが制作した、メタバースでの利用を想定したコンテンツのデザインをどのように模倣されましたか？ 以下のうち当てはまるものを 全て 選んでください。	
☐	1	コンテンツを全体的に模倣された
☐	2	コンテンツを部分的に模倣された、又はパーツを模倣された
☐	3	模倣したコンテンツをメタバースプラットフォームで利用（又は販売）された
☐	4	模倣したコンテンツをコンテンツマーケットに提供（又は出品）された
☐	5	模倣したコンテンツをメタバースプラットフォームやコンテンツマーケット以外のデジタルサービスで利用された
☐	6	コンテンツ（又はコンテンツをイラスト化したもの）を物理的なグッズとして販売された
☐	7	形状やテクスチャーを模倣された
☐	8	ギミックや振る舞いなど動きや状態を模倣された
☐	9	複数のコンテンツの組み合わせ方や配置の仕方を模倣された
☐	10	ワールド、イベント、アバター、アイテム等のテイストやコンセプト、世界観を模倣された
☐	11	自分が関与していないコンテンツについて、自分が制作した（又は監修等何らか関わった）ように偽装された
☐	12	その他

→Q 8 で「3」「4」と回答した者はスキップ。

【模倣への対応、対策】

Q 10	あなたが制作した、メタバースでの利用を想定したコンテンツのデザインが模倣されたとき、どのように対応しましたか？ あるいは、どのように事前に対策しましたか？ 以下のうち当てはまるものを <u>全て</u> 選んでください。
------	--

☐	1	模倣コンテンツの公開者に公開を止めるよう求めた
☐	2	模倣コンテンツの公開者にデザインを修正することを求めた
☐	3	模倣コンテンツの公開者に金銭の支払いを求めた
☐	4	プラットフォームに模倣コンテンツの公開を止めること等の対応を求めた
☐	5	模倣コンテンツを使用しているユーザーに対し、模倣コンテンツを使わないことを求めた（又は、模倣コンテンツであることを伝えた）
☐	6	法律家に対応方法を相談した
☐	7	訴訟又は仲裁機関への申請を起こした（差し止め、仮処分、損害賠償請求等）
☐	8	行政機関に対応を求めた
☐	9	その他
☐	10	特に対応、対策はしていない

→Q 8 で「3」「4」と回答した者はスキップ。

【模倣されてもよいと思うかどうか】

Q 11	あなたが制作した、メタバースでの利用を想定したコンテンツのデザインを模倣されることについてどのように思いますか？ 以下のうち最も当てはまるものを <u>一つだけ</u> 選んでください。
------	---

☐	1	やめて欲しい
☐	2	模倣してよいか確認して欲しい
☐	3	積極的に模倣を止めたいということはないが、模倣されてもよい、というわけでもない
☐	4	模倣されてもよい
☐	5	光栄に思う
☐	6	特に考えたことがない、分からない

【模倣されたくない理由】

Q 12	あなたが制作した、メタバースでの利用を想定したコンテンツのデザインの模倣について、やめて欲しい、又は事前に確認して欲しいと考える理由は何ですか？ 以下のうち当てはまるものを 全て 選んでください。
------	---

☐	1	金銭的被害（例えば、自分のコンテンツの売り上げ減少）が生じる（おそれがある）から
☐	2	自分のコンテンツのデザインのオリジナリティ（独自性）が下がる（おそれがある）から
☐	3	自分のコンテンツのもつ技術的優位性が下がる（おそれがある）から
☐	4	ユーザーとの間でクレームやトラブルが増加する（おそれがある）から
☐	5	名誉を損なう（おそれがある）から
☐	6	その他
☐	7	よく分からない
☐	8	特に影響はない

Q 11 で「3」～「6」と回答した者はスキップ

【模倣されていないかどうかの把握】

Q 13	あなたが制作した、メタバースでの利用を想定したコンテンツのデザインについて、模倣されていないかどうかの把握に努めていますか？ 以下のうち最も当てはまるものを 一つだけ 選んでください。
------	---

☐	1	ほとんど全ての場合に、把握に努めている
☐	2	多くの場合に、把握に努めている
☐	3	把握をしようとすることがある
☐	4	把握しようとしていない

【他者のコンテンツや製品等を模倣等したとのクレームを受けた経験】

Q 14	あなたが制作したメタバースでの利用を想定したコンテンツについて、他者のコンテンツや製品等を模倣等したとのクレーム、警告を受けたことがありますか？ 以下のうち当てはまるものを 全て 選んでください。
------	---

☐	1	その者の制作物を模倣しているとクレームされた
☐	2	その者の制作物を目的外利用しているとクレームされた
☐	3	その者の制作物を改変しているとクレームされた
☐	4	その者の制作物を二次創作しているとクレームされた
☐	5	その者の肖像権、パブリシティ権を侵害しているとクレームされた
☐	6	その者の秘密や個人情報を開示しているとクレームされた
☐	7	その他
☐	8	特にクレーム、警告を受けたことはない

【他者からの模倣に関するクレームへの対応】

Q 15	他者から模倣に関するクレームを受けたときのあなたの対応について、以下のうち当てはまるものを <u>全</u> <u>て</u> 選んでください。
------	---

☐	1	クレームを受けたコンテンツを削除した
☐	2	クレームを受けたコンテンツのデザインを修正した
☐	3	他者に対し金銭的な支払い（ライセンス料等）をした
☐	4	他者に対する謝罪をした
☐	5	プラットフォーム（プラットフォームの運営者）等の第三者を交えた仲裁をした（他者が手続した場合を含む）
☐	6	クレームに対して特に対応しなかった
☐	7	その他
☐	8	特にクレーム、警告を受けたことはない

【他者の模倣をしないための調査や確認】

Q 16	あなたが制作した、メタバースでの利用を想定したコンテンツのデザインについて、他者のコンテンツや物理的な製品のデザインを模倣しないよう、調査や確認等をしていますか？ 以下のうち最も当てはまるものを <u>一つだけ</u> 選んでください。
------	--

☐	1	ほとんど全ての場合に、調査や確認等をしている
☐	2	多くの場合に、調査や確認等をしている
☐	3	調査や確認等をすることがある
☐	4	調査や確認等をしない

3. メタバースでの利用を想定したコンテンツのデザイン制作における、保護と利用のバランスに関するあなたのお考えをお聞かせください。

【保護と利用のバランスに関する意見（制作のシーン毎）】

Q 17	あなたは、他者のデザインに関する既存の権利が様々ある中で、メタバースでの利用を想定したコンテンツのデザイン制作のしやすさについてどのように思いますか？ あなたが制作したコンテンツのデザインが他者に模倣等され得ることも踏まえてお答えください。以下の 1～15 の各項目について、A～Eの中から最も当てはまるものをそれぞれ一つずつ選んでください。
------	---

		A. 現 状 行 いや すく、 そのま までよ い	B. 現 状 行 いや す い が、 しにく くすべ き	C. どちらと もいえ ない	D. 現 状 行 い 難 い が、 しやす くすべ き	E. 現 状 行 い 難く、 そのま までよ い
1	物理的な物体の撮影・スキャンデータの利用	☐	☐	☐	☐	☐
2	3D モデル素材の活用	☐	☐	☐	☐	☐
3	コンテンツの改変による制作	☐	☐	☐	☐	☐
4	二次創作	☐	☐	☐	☐	☐
5	ある程度類似したコンテンツの制作	☐	☐	☐	☐	☐
6	形状やテクスチャーなど見た目に類似性があるコンテンツの制作	☐	☐	☐	☐	☐
7	ギミックや振る舞いなど動きや状態が類似したコンテンツの制作	☐	☐	☐	☐	☐
8	組み合わせや配置の仕方が類似したコンテンツの制作	☐	☐	☐	☐	☐
9	テイストやコンセプト、世界観に類似性があるコンテンツの制作	☐	☐	☐	☐	☐
10	個人の商用目的利用	☐	☐	☐	☐	☐
11	法人の商用目的利用	☐	☐	☐	☐	☐
12	特定のメタバースプラットフォーム内での自由な利用	☐	☐	☐	☐	☐
13	メタバースプラットフォームを横断した利用	☐	☐	☐	☐	☐
14	メタバース以外でのデジタルサービスでの利用	☐	☐	☐	☐	☐
15	物理的な形態での利用	☐	☐	☐	☐	☐

【保護と利用のバランスに関する意見（全体として）】

Q 18	あなたは、メタバースでの利用を想定したコンテンツのデザインに関して、保護と利用のバランスについてどのように思いますか？ 以下のうち最も当てはまるものを 一つだけ 選んでください。
------	--

☐	1	自由な制作よりも模倣からの保護を優先すべき
☐	2	どちらかといえば自由な制作より模倣からの保護を優先すべき
☐	3	どちらともいえない
☐	4	どちらかといえば模倣からの保護よりも自由に制作できることを優先すべき
☐	5	模倣からの保護よりも自由に制作できるようにすることを優先すべき

【類似デザインの許容】

Q 19	仮にあるクリエイターが、他者のコンテンツを全く参考にせずにデザインした制作物が、先行する第三者のコンテンツとたまたま似ていたことを公表後に知った場合、そのコンテンツのデザインを使えないようにすべきか、使えるようにすべきか、あなたのお考えはいずれに近いですか？ 以下のうち最も当てはまるものを 一つだけ 選んでください。
------	--

☐	1	たまたまであっても似たものが存在していたのであれば、後に公表したデザインを使えないようにすべき
☐	2	先行するコンテンツを知らずにたまたま似た場合に限り、後に公表したデザインも使えるようにすべき
☐	3	先行するコンテンツを知っていた場合も、後に公表したデザインも使えるようにすべき
☐	4	よく分からない

【たまたま類似してしまったデザインを許さないことの影響】

Q 20	あなたは、仮に、たまたまであっても、ご自身で一から制作したコンテンツのデザインが、参考にもしていない全く知らない第三者のコンテンツと似ていた場合に、使えなくなったり、金銭を支払わなければならないとなったりするとしたら、あなたのコンテンツのデザインの制作や、制作のプロセスに影響があると思いますか？ 以下のうち最も当てはまるものを 一つだけ 選んでください。
------	---

☐	1	せっかく作ったものを使えなくなったり、金銭を他者に支払わなければならないとなったりするかも知れないので、デザインを制作することを躊躇する（リスクを負ってまでデザインを制作することは控える）
☐	2	せっかく作ったものを使えなくなったり、金銭を他者に支払わなければならないとなったりするかも知れないので、デザインを制作する際にそうならないよう調査するようにする
☐	3	たまたま第三者のコンテンツに似ることはない（又は可能性が低い）ので、特に影響はない
☐	4	よく分からない

【意匠制度に関する知識】

Q 21	あなたは、特許庁に出願手续をすることで、物品や建築物、内装や操作画像、表示画像等の GUI について最大 25 年ビジネス上独占できる意匠制度についてご存じですか？ 以下のうち最も当てはまるものを 一つだけ 選んでください。
------	---

☐	1	制度の内容を含め知っている
☐	2	言葉として聞いたことがある
☐	3	特に聞いたことがない、知らなかった

【意匠制度の利用経験】

Q 22	あなたは、過去に意匠出願をしたこと又は意匠出願に関わったことがありますか？ 以下のうち最も当てはまるものを 一つだけ 選んでください。
------	--

☐	1	自ら意匠出願したことがある
☐	2	自分がデザインしたものを他者（属する会社、クライアント等）が意匠出願したことがある
☐	3	他者がデザインしたものの意匠登録出願を手伝ったことがある
☐	4	意匠出願をしたことも関わったこともない

【デザイン保護や利用に関する行政への要望等（自由記述）】

Q 23	メタバースでの利用を想定したコンテンツのデザイン制作や、その保護、利用等に関して、何か問題に思っていること、改善すべきと思うこと、あるいは、行政への要望はありますか？ 何かありましたらご自由にお書きください（ 任意回答 ）。
------	---

--

4. あなた自身のことについて教えてください。

【職業】

Q 24	あなたの現在の主な職業等を教えてください。 以下のうち最も当てはまるものを 一つだけ 選んでください。
------	--

☐	1	会社員（正社員、契約社員）・会社役員
☐	2	会社員（派遣社員）
☐	3	パート・アルバイト
☐	4	自由業・フリーランス
☐	5	自営業
☐	6	主婦、主夫
☐	7	学生
☐	8	無職
☐	9	その他（公務員、団体職員を含む）

【年齢】

Q 25	あなたの現在の年齢を教えてください。
------	--------------------

	歳
----------------------	---

【性別】

Q 26	あなたの性別を教えてください。 以下のうち最も当てはまるものを 一つだけ 選んでください。
------	--

☐	1	男性
☐	2	女性
☐	3	無回答

非 売 品
禁無断転載

令和 5 年度産業財産権制度各国比較調査研究等事業
仮想空間におけるデザイン創作の保護に関する調査研究

令和 6 年 3 月

請負先 株式会社サイバー創研

乱丁、落丁がございましたら、上記までご連絡下さい。