

スポーツコンテンツを活用した
NFT のパッケージ販売と二次流通市場の併設に関するガイドライン

スポーツエコシステム推進協議会

1. 目 的

近年、米国では、Dapper Labs, Inc. (以下「Dapper Labs 社」という。) が提供する NBA Top Shot と呼ばれるサービスが人気を博しているが、日本においては、NBA Top Shot のように NFT のパッケージ販売 (複数の NFT をランダムに組み合わせて中身が分からない状態で販売する形式。以下同じ。) と二次流通市場 (パッケージ販売を行う事業者が運営・管理するものをいう。以下同じ。) の提供が組み合わさったサービスを提供した場合に賭博罪 (刑法 185 条) が成立するのではないかとの懸念が示されることが少なくない。そのため、NFT のパッケージ販売と二次流通市場を併設したサービスの提供を躊躇する事業者が多く、スポーツ産業における NFT を活用したビジネスの発展を大きく阻害している状況にある。

また、二次流通市場から得られる収益の法的性質、引退・移籍した選手に対する収益還元方法など、NFT の販売及び二次流通市場からの収益をスポーツ団体や選手に還元する際の権利関係やルールが十分に整理されていないため、事業者が NBA Top Shot のように選手の肖像等を含むスポーツコンテンツを活用した NFT の二次流通サービスを展開しにくい要因になっている。

本ガイドラインは、そのような状況を踏まえ、スポーツコンテンツを活用した NFT のパッケージ販売と二次流通市場を併設した NBA Top Shot に類似するサービス提供について、賭博罪の該当性や二次流通市場からの収益還元に関する法的整理を行うと共に、消費者保護に配慮した国内で展開可能と考えられるビジネスモデルを提示することで、スポーツ産業における NFT ビジネスの健全な発展とスポーツ団体・選手に対す

る適切な資金循環の実現を目指すことを目的とするものである¹。

2. 策 定

本ガイドラインは、スポーツエコシステム推進協議会²（以下「協議会」という。）に設置されたスポーツ DX 産業ワーキンググループにおいて、協議会の理事企業³、外部有識者（プロスポーツ団体に所属する複数の NFT 事業担当者及び東京大学大学院法学政治学研究科橋爪隆教授を含む。）、オブザーバーとしての経済産業省商務サービスグループスポーツ産業室及び協議会事務局による議論を行い、個別にブロックチェーン関連業界団体⁴及びゲーム業界団体⁵との意見交換等を実施した上で、協議会の理事会で決定されたものである。

3. 本ガイドラインの適用範囲

本ガイドラインの適用範囲は、スポーツ選手の肖像等を利用した画像、試合映像の一部を切り取ったプレー動画等の NFT のパッケージ販売と二次流通市場を併設する国内におけるサービス全般とする。なお、本ガイドラインが適用される事業者は、リーグ又は球団・クラブから選手の肖像、試合映像等の利用に係るライセンスを取得していることを前提とする。

¹ 2022年4月26日に自由民主党デジタル社会推進本部から「デジタル・ニッポン2022～デジタルによる新しい資本主義への挑戦～」別添1.「NFT ホワイトペーパー～Web3.0時代を見据えたわが国のNFT戦略～」(同本部 NFT 政策検討プロジェクトチームが作成。以下「NFT ホワイトペーパー」という。)が公表され、「3.NFT ビジネス発展に必要な施策」の「(1)NFT ビジネスの賭博該当性を巡る解釈の整理」や「(5)ロイヤリティ収受にかかる権利関係の整理」の項目において、上記の状況を打開する必要性とこれに対する対応策に関する提言が行われている。本ガイドラインは、NFT ホワイトペーパー「3.NFT ビジネス発展に必要な施策」における「ランダム型販売や二次流通市場を利用して NFT を購入する消費者を保護する観点からのルール整備は別途検討を進めるべきであり、関係省庁の見解を踏まえた事業者におけるガイドラインの策定等が行われることが期待される。」との記載等を踏まえて、作成・公表されたものである。

² <https://www.c-sep.jp/>

³ 本ガイドライン公表日時点で理事企業は41社である。

⁴ 一般社団法人ブロックチェーン推進協会(BCCC)、一般社団法人日本ブロックチェーン協会(JBA)、一般社団法人日本暗号資産ビジネス協会(JCBA)、一般社団法人 Japan Contents Blockchain Initiative(JCBI)及び一般社団法人 DeFi 協会(JDA)。

⁵ 一般社団法人コンピュータエンターテインメント(CESA)、日本オンラインゲーム協会(JOGA)及び一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム(MCF)。

4. NBA Top Shot のサービス概要

本ガイドラインにおいて、NBA Top Shot のサービス概要は以下の内容を前提とする。

- ① NBA Top Shot は、Dapper Labs 社が提供するサービスである。Dapper Labs 社は、National Basketball Association（以下「NBA」という。）及び National Basketball Players Association（以下「NBPA」という。）⁶とそれぞれライセンス契約を締結した上で、自社が運営・管理するブロックチェーン（Flow）上に構築する NBA Top Shot と呼ばれるアプリケーションにおいて、(i) NFT のパッケージによる販売、及び(ii)ユーザー相互間による NFT の売買を可能とするマーケットプレイス（二次流通市場）の運営・管理といったサービスを提供している。ユーザーは Dapper Labs 社が運営・管理するマーケットプレイス外において NFT を取引することが利用規約において禁じられている。
- ② Dapper Labs 社は、「Moments」（モーメント）と呼ばれる選手のプレー動画等の NFT を、無作為に複数抽出した上でパッケージに入れ、会員ユーザーに販売している。モーメントはその希少性によって種類が分けられており、各パッケージには、どの種類のモーメントがいくつ含まれるかが明示されている。どの種類のモーメントがどの程度含まれるかによってパッケージの価格は異なり、具体的には、安いパッケージで9ドル（約990円）、高いパッケージで999ドル（約10万円）の価格で販売されている。なお、ユーザーはパッケージの購入前に当該パッケージに含まれる個々のモーメントを確認することはできない。また、Dapper Labs 社は個々のモーメントに販売金額を設定して個別販売をすることは行っていない。
- ③ ユーザーは、二次流通市場において、自身の保有するモーメントを転売し、換金することができる。取引価格は、ユーザーが自由に設定できる。Dapper Labs 社は転売の際の取引金額の一定割合（5%程度）を手数料及び NBA 所属選手のパブリシティ権利用の対価として徴収する。なお、ユーザーは、二次流通市場においてパッケージ販売をすることはできない。
- ④ Dapper Labs 社が、二次流通市場でモーメントを販売することはない。また、Dapper Labs 社が、パッケージに含まれるモーメントをユーザーから買い取ることもない。

⁶ NBPA が NBA 選手の集団肖像権を管理しているところ、THINK450 という NBPA が設立した法人が当該集団肖像権等の管理業務を行っている。

5. 賭博該当性の考え方⁷

- 5.1. 刑法 185 条における「賭博」は、①偶然の勝敗に関して、②財物を賭けその得喪を争う場合に該当する。②の「財物を賭けその得喪を争う」とは、勝者が財物を得て敗者は財物を失うという相互的得喪の関係になければならないと考えられており、当事者の一方が財物を失うことがない場合は、財物の「得喪を争う」ものとはいえないと考えられている。
- 5.2. NFT は個々の販売会社等がその個性（当該 NFT が表章する権利やコンテンツ等）に着目して独自に発行するものであり、一次流通市場における販売価格は、販売会社等が需給状況等を総合的に踏まえて自らの裁量により決定している。NFT は、いわゆる市場価格が観念できる商品や、法定通貨等に価値を連動させるステーブルコイン等とは異なり、実際の販売行為における価格設定以外に、その価値を算定するに当たっての客観的な指標は見出し難い。そのため、一次流通市場における NFT の価値は、基本的には販売会社等が決定した実際の販売価格を基

⁷ 消費者委員会意見（後記 6.2 において定義される。）では、賭博罪への該当性について概要以下の通りの見解が示されている。

- ① 一般論として、スマホゲームで見られる電子くじは、専らゲームのプログラムによって排出されるアイテム等が決定されることからすれば、「賭博」にいう「偶然性」の要件を満たしていると考えられる。また、「財産上の利益」の解釈に加え、有償で入手したオンラインゲーム内のアイテムを詐取した事案につき詐欺罪の成立を認めた下級審判決があることなどからすれば、アイテム等については「財産上の利益」に当たる場合もあり得るところである。
- ② 実際に電子くじが賭博罪に該当するか否かについては、「財産上の利益」該当性に加え、「一時の娯楽に供する物」該当性等も含め、事案ごとに判断されるものである。電子くじで得られたアイテム等を換金するシステムを事業者が提供しているような場合や利用者が換金を目的としてゲームを利用する場合は、「財産上の利益」に該当する可能性があり、ひいては賭博罪に該当する可能性が高くなると考えられる。

当該見解は、電子くじについての「財産上の利益」の該当可能性を述べるものであるが、賭博罪が成立するためには、（「財産上の利益」の要件に加えて）「財物を賭けその得喪を争う」（刑法 185 条）の要件を充たす必要がある。本ガイドラインは、NBA Top Shot のサービスに関しては「財物を賭けその得喪を争う」の要件該当性が否定されると考えるものであって、NFT が「財産上の利益」に該当することを否定するものではない。そのため、本ガイドラインは、消費者委員会意見の上記見解と矛盾するものでも、これを否定するものでもないことを念のため付言しておく。

準に考えるのが相当である⁸⁹。

- 5.3. NBA Top Shot のサービスの賭博該当性は、Dapper Labs 社とユーザーとの間、ユーザー相互間でそれぞれ問題となる。まず、Dapper Labs 社とユーザーとの間では、Dapper Labs 社は自らが設定した販売価格に相当する金額の金銭（財物）を得ており、ユーザーも Dapper Labs 社に支払った金額に相当する価値を有するモーメント（財物）を得ている。これは通常の売買と何ら変わるものではないのであって、Dapper Labs 社とユーザーの何れも財物を失っていないため、財物の「得喪を争う」関係は生じない。次に、ユーザー相互間について検討すると、あるユーザーが抛出した金銭が他のユーザーに移転するような関係にある場合は財物の「得喪を争う」関係が生じたと解し得るが、NBA Top Shot のサービスにおいてそのような関係は生じていない。そのため、Dapper Labs 社とユーザーとの間においても、ユーザー相互間においても、財物の「得喪を争う」関係は生じておらず、「財物を賭けその得喪を争うこと」には該当しない。なお、この「財物を賭けその得喪を争うこと」の該当性に関しては、NBA Top Shot が採用しているパッケージ販売に限定されるものではなく、いわゆるランダム型販売全般においても妥当する。
- 5.4. 一次流通市場の価格設定と二次流通市場の価格形成は直接結びつくものではないため、二次流通市場の併設は「財物を賭けその得喪を争うこと」には該当しな

⁸ 橋爪隆「賭博罪をめぐる論点について」（第5回 スポーツコンテンツ・データビジネスの拡大に向けた権利の在り方研究会 資料5 東京大学橋爪教授資料）も、「NFTについて、販売行為を離れて、客観的な価値や相当な価格を明確に算定することは困難であろう」と述べており、同趣旨の見解であると考えられる。

⁹ 通常の商品の場合には、原価、必要経費等から販売価格が算出されており、また、需要と供給のバランスにより当該販売価格は変動し得ることから、販売価格が当該商品の価値を反映しているという推認が強く働くことになる。これに対して NFT の価値については、これを算定するに当たっての客観的な指標は見出し難いことから、二次流通市場における転売価格を基準に考えるという選択肢も理論的にはあり得る。しかしながら、脚注10の通り、一次流通市場の価格設定の問題と二次流通市場の価格形成の問題を混同すべきではなく、二次流通市場における転売価格を基準に一次流通市場における NFT の価値を考えるのは妥当でない。そのため、NFT の価値については、一次流通市場における販売価格の設定が著しく不合理ではなく、また、実際に当該価格で売買が行われている場合には、一次流通市場における販売価格を基準に考えることが最も適切であると考えられる。

いという結論に影響を与えない¹⁰ ¹¹。Dapper Labs 社が、二次流通市場を運営し、取引金額に連動した手数料を徴収していることについても、同様に結論に影響を与えない。なお、Dapper Labs 社が、手数料を徴収するのみならず、パッケージに含まれるモーメントについて、二次流通市場において別途の買取価格や転売価格を設定して買取や転売を行う場合には、Dapper Labs 社とユーザーの間の取引を一体として考えることにより、両当事者間に財物の「得喪を争う」関係が観念できる可能性があるが、Dapper Labs 社は二次流通市場における買取や転売を行っていない。

5.5. Dapper Labs 社が、パッケージに含まれるモーメントについて、別途単価を設定して一次流通市場でユーザーに販売する場合（以下「バラ売り販売」という。）には、賭博該当性に慎重な判断を要するが、Dapper Labs 社はバラ売り販売を行っていない¹²。

¹⁰ Dapper Labs 社が提供する二次流通市場における取引によって NFT の転売価格の相場が具体的に形成されており、当該 NFT を含んだパッケージを一次流通市場で販売する場合に、一次流通市場と二次流通市場を一体として見れば、ユーザーは一次流通市場における販売価格より低い転売価格で売却する可能性もある。しかしながら、一次流通市場における取引はあくまで Dapper Labs 社とユーザーの間の取引であり、他方で二次流通市場における取引はユーザー間の取引であるため、Dapper Labs 社とユーザーの間の関係について賭博の該当性を検討する際に、二次流通市場を一体としてみることは妥当でない。また、二次流通市場における価格形成は、一次流通市場において NFT を販売する際の価格設定とは別個の事情に基づいて行われるものである。すなわち、二次流通市場において個別の NFT の転売価格が上がるか下がるかは、あくまで二次流通市場におけるユーザー同士による価格形成の問題であり、一次流通市場における Dapper Labs 社による価格設定と直接結びつくものではない。加えて、二次流通市場の価格は、常に上下するものであり、一次流通市場における販売時に、パッケージ販売で出現する NFT が二次流通市場でいくらかで取引されるかを正確に予測することはできない。そのため、一次流通市場の価格設定の問題と二次流通市場の価格形成の問題を混同すべきではなく、ユーザー間の転売価格が存在していたとしても Dapper Labs 社とユーザーの間に財物の「得喪を争う」関係が生じるか否かの判断に影響を与えるものではない(前記・橋爪も、「二次流通市場における価格形成は、NFT を販売する際の価格設定とは別個の事情に基づいて行われるものである」と述べており、同趣旨の見解であると考えられる。)

¹¹ 一次流通市場で設定された価格と二次流通市場で形成された価格が乖離する例は広く見られる。例えば、一次流通市場でトレーディングカードのパックが販売される場合、当該パックに含まれる希少性の高いトレーディングカードは、二次流通市場において高額（レアリティによっては例えば 1,000 万円以上の転売価格）で取引されるが、パックの販売会社は、一次流通市場において、当該希少性の高いトレーディングカードが含まれたパックを定価（例えば 300 円）で販売し、当該販売会社が二次流通市場の価格相場に連動した価格設定を行う必要はなく、そのような価格設定を行うことも基本的にはないといえる。

¹² バラ売り販売の場合は、Dapper Labs 社が設定したモーメントの単価が複数観念されることになるため、当該モーメントと同一の NFT を使用したモーメントについてパッケージ販売の販売価格を設定する際に基礎とした単価と別途の単価が乖離する場合には、ユーザーが取得したモーメントがパッケージの販売価格に相当するものといえないのではないかと疑義を生じさせるおそれがあるため、賭博罪の該当性について慎重な判断が必要になる。但し、個別具体的な販売形式等を前提に判断をする必要があるため、事業者は、弁護士等の専門家のアドバイスの下で、適法なビジネスモデルを検討するよう留意する必要がある。

6. 消費者保護への配慮の考え方

- 6.1. NFT のパッケージ販売と二次流通市場を併設した場合には、二次流通市場で高額で取引される可能性のある希少性の高い NFT がパッケージに含まれることが想定され、サービス内容や二次流通市場での取引金額等によっては、消費者の射幸心が過度に煽られ、未成年者を含む消費者被害に発展しかねない。
- 6.2. スマートフォンゲームを運営する事業者が電子くじで得られたアイテム等を換金するシステムを提供する場合に、消費者の射幸心が煽られ、特に未成年者による高額課金が急増したことが社会問題となったことを背景に、消費者委員会が2016年9月20日付けで公表した「スマホゲームに関する消費者問題についての意見～注視すべき観点～」(以下「消費者委員会意見」という。)において、消費者保護の観点から事業者が取り組むべき事項が整理されている。消費者委員会意見における本ガイドラインに関連する事項は概要以下の通りである。
- ① アイテム等の出現率やアイテム等を取得するまでの推定金額については、利用者に適切に情報提供されることが望ましい。
 - ② アイテム等の適正な出現率については、具体的な数値の基準を示すことは困難であるが、事実上出現することが期待できないような極めて低い確率に設定した場合、利用者がそのことを認識できないような形で電子くじを引かせることは消費者保護の観点から問題になり得る。
 - ③ 事業者が合理的な理由なく恣意的に利用者やその課金状況によってレア商品の出現率を変え、利用者がそのことを認識できないような形で提供することは消費者保護の観点から問題になり得る。
 - ④ 表示方法や表示内容について未成年者にも理解できるよう分かりやすいものとするのが望ましい。
 - ⑤ スマホゲームの利用を要因とするトラブルの動向について、社会的悪影響が生じていないかどうか、今後の動向が重要である¹³。
 - ⑥ 未成年者を一律に考えるのではなく、年齢により高額と思われる金額が異なることに配慮すること、高額課金をする未成年者と課金しない又は低額しか課金しない未成年者の状況を比較・検証するなど、未成年者をめぐる高額課金の実態を把握することが重要である。
- 6.3. 事業者としては、前項の消費者委員会意見や消費者庁インターネット消費者取

¹³ 具体的には、スマホゲームに課金するための金銭を得ることを目的とした恐喝、窃盗、親族名義のクレジットカードの不正利用の多発等、社会的悪影響が増加していないか注視が必要である。

引連絡会¹⁴の動向も踏まえつつ、賭博罪の保護法益や消費者保護の観点に十分に配慮したビジネスモデルを設計する必要がある。

7. 国内で適法に展開可能と考えられるビジネス類型

事業者は、二次流通市場を併設した NFT のパッケージ販売を行うに当たっては、前記 5.の賭博該当性の考え方に加えて、賭博罪の保護法益や消費者保護の観点に十分に配慮したビジネスモデルを設計する必要がある。協議会としては、少なくとも NBA Top Shot に類似する下記①乃至③のサービス内容で、下記④乃至⑨の消費者保護への配慮をした以下のビジネスモデルは、国内で適法に展開可能と考えられる類型と整理するものである。

- ① 選手のプレー動画等の NFT をユーザーにパッケージ販売する。NFT はその希少性によって種類が分けられており、各パッケージには、どの種類の NFT がいくつ含まれるかが明示されている。どの種類の NFT がどの程度含まれるかによってパッケージの価格は異なる。
- ② ユーザーは、事業者が運営・管理する二次流通市場において、自身の保有する NFT を転売し、換金することができる。取引価格は、ユーザーが自由に設定できる。事業者は転売の際の取引金額の一定割合を手数料として徴収する。なお、ユーザーは、二次流通市場においてパッケージ販売をすることはできない。
- ③ 事業者が二次流通市場で NFT を販売することはなく、パッケージに含まれる NFT をユーザーから買い取ることもない。
- ④ ユーザーに対して、二次流通市場において一次流通市場で取得した金額を上回る値付けがされるとは限らないことや、同一の NFT であっても状況に応じて価格が変わり得ることを説明することを要する。

特に、判断能力や資力が十分でない未成年者に対してサービスの提供を行うか否か及び行う場合にどのような制限を設けるかについては、未成年者が被り得る不利益の程度や事業者の負担等を勘案した上で、事業者において慎重に検討すべきであり、例えば、年齢確認を行った上で未成年者であることが確認された場合には、これらの点を強調して説明すること（及び未成年者にサービスを提供しないこととする場合にはサービスを利用させないこと）を要する。加えて、仮に未成年者にサービスを提供する場合には、例えば、パッケージの購入可能金額の制限を設けること、パッケージ及び二次流通市場におけるモーメントの購入に当

¹⁴ 消費者庁が、インターネット取引における消費者の安全・安心の確保のため、関係者間での実務的な連携・協力の強化を図る目的で 2011 年 7 月 22 日に設置した、関係行政機関・事業者団体等が参加する会議体である (https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/policy_coordination/internet_committee/)。

たつて保護者の同意を求めること等が考えられる。

- ⑤ モーメントの販売及び二次流通プラットフォームが廃版になることを決定した場合に、ユーザーからモーメントの購入の取消を求められる事態を回避するために、モーメントの永続的な閲覧権限を保証するものではなく、サービスの終了によりユーザーの購入したモーメントが消失する可能性がある旨を予めユーザーに説明し、利用規約に規定しておくべきである。
- ⑥ 事業者が合理的な理由なく恣意的にユーザーの二次流通市場における取引状況によってレア度の高い特定のモーメントの一次流通市場における出現率を変え、ユーザーがそのことを認識できないような形で提供することは、避けるべきである。
- ⑦ 射幸心を強く煽ると思われる内容での情報提供（例えば、パッケージに含まれ得る特定のモーメントについて将来の価格上昇や投機的価値が高いことを伺わせ、ユーザーの購買意欲を過度に煽るような広告等）は、避けるべきである。
- ⑧ 発行予定数や出現確率を開示して販売する場合には、特定のモーメントについて、実際の発行予定数よりも多い発行予定数や、実際の出現確率よりも高い出現確率を表示することは、不当表示（優良誤認表示¹⁵や有利誤認表示¹⁶）となり得るため、行わない。
- ⑨ 特定のモーメントについて、事実上出現することが期待できないような極めて低い出現確率に設定するなど、出現の可能性がないにもかかわらず出現する旨を伝えて販売することは、目当てのモーメントを獲得するために投じるユーザーの取引金額が不当に高額化する要因となり得ると同時に、不当表示（おとり広告に関する表示¹⁷）となり得るため、避けるべきである。

¹⁵ 商品又は役務の品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であると示し、又は事実と相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示す表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの（景品表示法5条1号）。

¹⁶ 商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの（景品表示法5条2号）。

¹⁷ (1)取引の申出に係る商品又は役務について、取引を行うための準備がなされていない場合その他実際には取引に応じることができない場合のその商品又は役務についての表示、(2)取引の申出に係る商品又は役務の供給量が著しく限定されているにもかかわらず、その限定の内容が明瞭に記載されていない場合のその商品又は役務についての表示、(3)取引の申出に係る商品又は役務の供給期間、供給の相手方又は顧客一人当たりの供給量が限定されているにもかかわらず、その限定の内容が明瞭に記載されていない場合のその商品・サービスについての表示、(4)取引の申出に係る商品又は役務について、合理的理由がないのに取引の成立を妨げる行為が行われる場合その他実際には取引する意思がない場合のその商品又は役務についての表示は、「おとり広告に関する表示」として、景品表示法上の不当表示に該当する（景品表示法5条3号の規定に基づく告示（平成5年公正取引委員会告示第17号））。

8. 二次流通市場からの収益還元に関する権利関係

8.1. 考え方

8.1.1 二次流通市場においてユーザー同士で NFT の取引が行われる場合も、事業者による NFT の販売と同様に肖像等の有する顧客吸引力の利用を目的とする行為であるといえるため、選手のパブリシティ権（個人の氏名や肖像等有する顧客吸引力を排他的に利用する権利）を利用する側面も有すると考えられる。

なお、NBA Top Shot においても、Dapper Labs 社は転売の際の取引金額の一定割合（5%程度）を手数料及び NBA 所属選手のパブリシティ権利用の対価として徴収した上で、NBA 及び NBA 選手会に対して収益還元している。但し、選手の肖像権やパブリシティ権の取扱いについては、各スポーツリーグの規約等によって合意されるものであり、必ずしも当該スポーツリーグの選手会に対してパブリシティ権利用の対価が直接還元されなければならないわけではない。

8.1.2 NFT の二次流通後に対象となる選手（所属球団・クラブとの間でパブリシティ権を球団・クラブが管理する内容等の選手契約を締結している選手）が引退又は移籍した場合、所属球団・クラブとの選手契約が終了し、当該選手の所属元であった球団・クラブが引退又は移籍後も二次流通市場からの収益を受領する法的根拠が失われる。

他方で、選手契約において契約終了後のパブリシティ権の取扱いに関する特段の規定が設けられている場合（選手契約と一体となる覚書が別途締結されている場合を含む。）には、選手の引退又は移籍後も所属元の球団・クラブが収益を受領できる場合がある。

8.2. 二次流通市場からの収益還元に関する留意点

事業者は、二次流通市場からの収益に関する権利関係に配慮した上で、スポーツ団体・選手との間で締結する契約に基づき、適切にスポーツ団体・選手に対する資金循環を実現するビジネスモデルを設計する必要があり、特に以下の点に留意しなければならない。

8.2.1 NFT を発行する事業者が二次流通市場における取引金額の一部を収受できるか否かは、NFT が取引される二次流通市場の設計に応じて異なるが、二次流通市場における取引金額の一部を手数料として受領する場合、NFT

を発行する事業者は、一次流通市場及び二次流通市場の双方において選手の肖像が利用されることを勘案して、ライセンス料の支払いの要否、支払条件等を、スポーツ団体・選手と協議・交渉した上で決定することを要する。一次流通市場又は二次流通市場についてのライセンス料をパブリシティ権の管理主体であるリーグや球団・クラブに支払うのか、選手個人に直接支払うのかは、各スポーツごとの業界慣行・内部ルール・当該事業者との間の契約内容に応じて個別に対応するものとする。

8.2.2 NFT の二次流通後に対象となる選手が引退又は移籍した場合、選手契約において契約終了後のパブリシティ権の取扱いに関する特段の規定が設けられているか（選手契約と一体となる覚書が別途締結されているか）否かを確認し、各スポーツごとの業界慣行・内部ルール・当該事業者との間の契約内容も勘案の上、ライセンス料の支払いの要否、支払い先等を適切に判断するものとする。

9. 試合映像の一部を切り取ったプレー動画の NFT の販売等に関する留意点

9.1. NBA Top Shot と同様に、試合映像の一部を切り取ったプレー動画の NFT の取引が行われる場合には、NFT の販売及び二次流通市場の設置について、放映権契約において別段の定めがなければ、スポーツの試合を放送する排他的な権利である放映権の権利享有主体であるリーグ又は球団・クラブの許諾を受ける必要があると考えられる。

NFT の販売及び二次流通市場を設置する事業者が対象となる動画の放映権を管理する主体ではない場合は、当該動画の放映権の帰属主体を確認し、当該帰属主体からの許諾を取得することを要する。

この場合、各スポーツごとに放映権の帰属主体（リーグに帰属する場合、球団・クラブに個別に帰属する場合など）や映像利用に関するルールが異なるため、各スポーツごとの業界慣行・内部ルールを個別に確認することを要する。

9.2. スポーツの試合を撮影した映像は、カメラアングルやカメラワーク等に創作性が認められることが通常であるため、固定カメラで撮影した映像を除き、著作物¹⁸として著作権法により保護されると考えられる。また放送又は有線放送されたスポーツ映像については、放送事業者又は有線放送事業者が著作隣接権を保有する。

そのため、事業者が選手のプレー動画の NFT の販売や二次流通市場の設置を

¹⁸ 著作物であるスポーツ映像が何らかの媒体に録画されていれば、映画の著作物に当たる。

行うためには、著作権者¹⁹及び著作隣接権者から許諾を受ける必要があるケースが多いと考えられるため、留意する必要がある。

また、当該プレー動画に、リーグ又は球団・クラブの商標、ロゴ等が含まれる場合には、これらの使用許諾を受ける等の対応が必要となるケースも考えられるため、留意する必要がある。

10. その他の留意事項

10.1. 本ガイドラインは、あくまでも事業者が NBA Top Shot に類似するサービスを提供する際に刑法上の賭博罪や消費者保護の観点から遵守すべき事項を定めたものであり、金融商品取引法、資金決済法その他の法令の適合性については、事業者において別途確認する必要がある。

10.2. NBA Top Shot はユーザー間での NFT の取引を Dapper Labs 社が提供するマーケットプレイスに限定したクローズドなサービスであるため、本ガイドラインは、パッケージを販売する事業者が二次流通市場を運営・管理する場合を前提としたものである。但し、我が国のスポーツコンテンツの海外進出促進を図る手段として、海外の多くのユーザーが利用するオープンなマーケットプレイス（例えば OpenSea 等）の活用等が有益であることは否定できないところであるため、本ガイドラインは当該事業者がそのようなマーケットプレイスの活用を前提としたサービス提供を行うことを否定するものではない。

パッケージ販売を行う事業者が、ユーザーに対して、自ら管理・運営する二次流通市場以外のマーケットプレイス²⁰の活用を許容する場合でも、前記 5.2 のビジネス類型を採用した場合に賭博に該当しないと考えられる点に変更はない。一方で、特にオープンなマーケットプレイスを活用する場合には、事業者の収益構造やコンテンツホルダーへの利益還元方法等の他、外部のマーケットプレイスにおいて、コンテンツホルダーを騙って行う NFT の販売や、無許諾での NFT 販売が行われる等のリスク、また、利用規約の効力が及ばない NFT 保有者が出現することにより発生する各種問題も指摘されるところであるため、事業者は、弁護士等の専門家のアドバイスの下で、適法性を確保したサービス運営を行うよう留意すると共に、上記のリスクや問題点を踏まえてコンテンツホルダーであるスポーツ団体等との間で十分に協議を行う必要がある。

¹⁹ 実務上、放映権契約や映像製作委託契約においてスポーツ映像の著作権の帰属が定められているケースが多いが、契約上著作権者が定められていない場合には、著作権法に従うこととなるため、事業者において別途解釈等を確認する必要がある。

²⁰ パッケージ販売を行う事業者以外の事業者が運営するものを含む。

以 上

2022年9月20日 制定