

令和5年度 消費者月間シンポジウム

基調講演

# web3・メタバース時代における デジタル社会の今後の展望について

2023年5月19日

弁護士 増田 雅史

森・濱田松本法律事務所 パートナー / 一橋大学 特任教授

本講義及び本講義資料の著作権は全て講師に帰属します。本講義資料の転用・転載を禁止致します。本講義及び本講義資料において言及のある具体的事案については、講師が公表資料のみから検討したものであり、講師又その所属事務所が当該案件に関与したことを意味するものではなく、また当該案件における会社又はその法律顧問の見解を示すものでもありません。

森・濱田松本法律事務所

MORI HAMADA & MATSUMOTO



ますだ まさふみ

## 弁護士・ニューヨーク州弁護士 増田 雅史

森・濱田松本法律事務所 パートナー

一橋大学大学院 法学研究科 特任教授

筑波大学大学院 人文社会ビジネス科学学術院 非常勤講師

### 略 歴

- 2004 東京大学工学部 卒業
- 2007 中央大学法科大学院 修了
- 2008 弁護士登録（第二東京弁護士会）
- 2016 スタンフォード大学ロースクール 修了
- 2017 ニューヨーク州弁護士登録
- 2018 金融庁企画市場局市場課 専門官（～2020）

### Web3・メタバース分野の主な著作

- 『暗号資産の法律』（共著、中央経済社・2020）
- 『NFTの教科書』（共編著、朝日新聞出版・2021）
- 『NFTビジネス見るだけノート』（監修、宝島社・2022）
- 『いまさら聞けないWeb3,NFT,メタバースについて  
増田雅史先生に聞いてみた』（監修、Gakken・2023）



## 本日おはなしすること

### web3、メタバースについてまず知っておくべきこと

- ・「web3」や「メタバース」とは何か。何が含まれるだろうか。
- ・これらの新たな概念は、社会にどのようなインパクトを与えるだろうか。

### マス・アダプション（大衆受容）のカギとなるもの

- ・web3やメタバースは、どのように一般化していくだろうか。
- ・その過程でどのような問題が起きてくるだろうか。

### 新たなデジタル社会への向き合い方

- ・消費者は、何に気を付けて新たな概念に触れていくべきだろうか。
- ・法政策が果たすべき役割はどのようなものとなるだろうか。

## 「web3」について

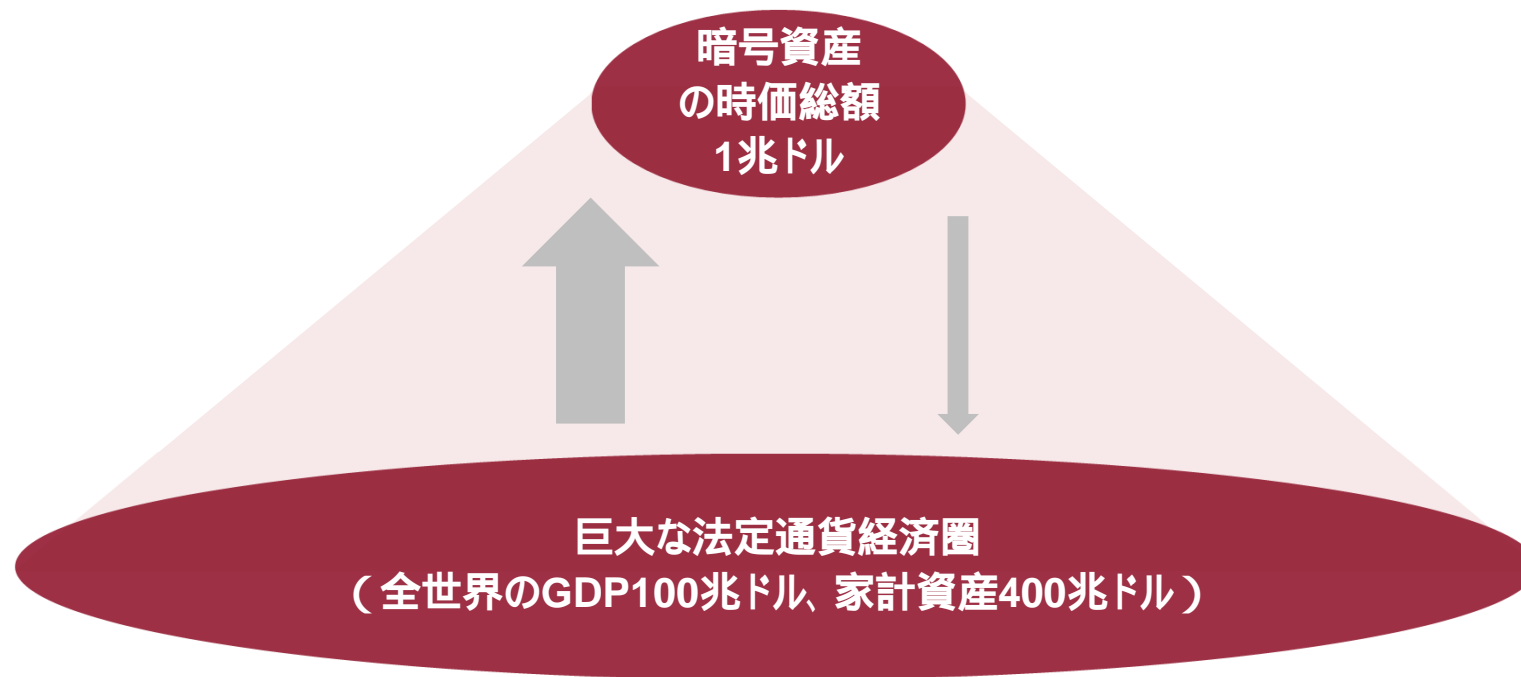
	Web1.0	➡ Web2.0	➡ web3 (Web3)
機能	「読む」 (一方向)	「読む、書く」 (双方向)	「読む、書く、 <b>持つ</b> 」 (分散)
構造	中央集権的	中央集権的 (プラットフォームに集約)	非中央集権 = 分散的 (ブロックチェーンネットワーク)
データの所在	各事業者等のサーバ	プラットフォームのクラウドサーバ	ブロックチェーンと連携するサーバ
利用の入口	ID・パスワードによる個別管理	ソーシャルログインによる横断管理	<b>ウォレットコネクトによる個人管理</b>

### web3が実現し得るもの

- ・ 個人による、**情報**の主体的なコントロール (自己主権型アイデンティティ)
- ・ 個人による、**価値**の主体的なコントロール (トークン経済圏)

## web3経済圏（ブロックチェーン経済圏）の発展予想

- ・「ブロックチェーンネイティブ」なサービスの出現と発展
- ・暗号資産の時価総額　ブロックチェーン経済圏の規模
- ・カギとなるのは「ステーブルコイン」か



# 「メタバース」について

メタ (meta = 超越した) + \*\* バース (-verse = 世界)

一般的には、仮想的な三次元空間を称する言葉として使われる



ニール・スティーヴンソン著  
『スノウ・クラッシュ』 (1992)

- 「Metaverse」という言葉を作り出した
- 「Avatar」という概念も創出



SFがやがて現実に



## 広がりのある「メタバース」概念と、その利用可能性

- |                |               |
|----------------|---------------|
| ✓ 仮想現実（VR）か、   | 拡張現実（AR）か。    |
| ✓ 専用デバイスを使うか、  | 汎用デバイスを使うか。   |
| ✓ 消費者向けサービスか、  | 産業向けサービスか。    |
| ✓ 国内向けサービスか、   | グローバル対応サービスか。 |
| ✓ クローズドメタバースか、 | オープンメタバースか。   |



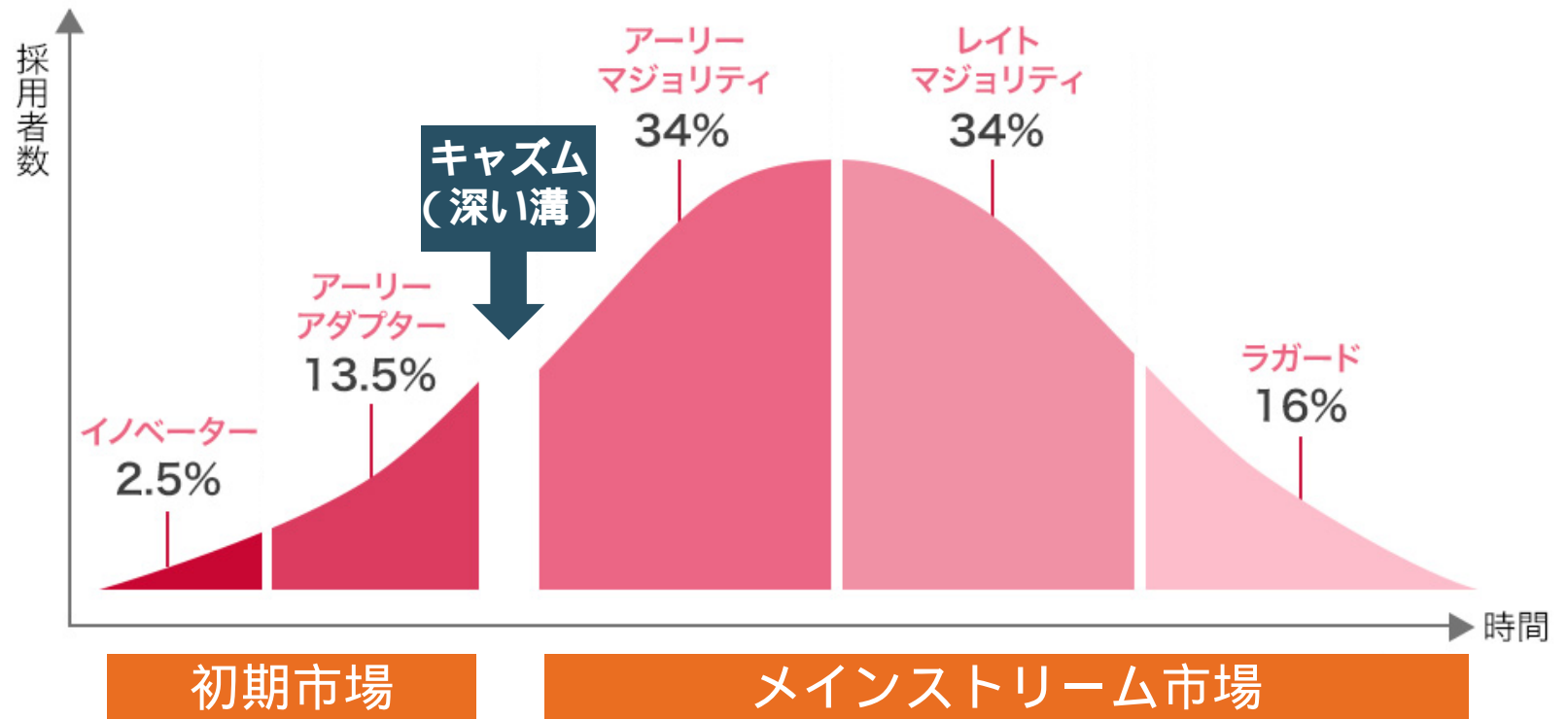
議論の対象は、  
こちらに偏りがち。



街中で広くARが使われる可能性や、  
「言語バリア」のない世界も意識すべし。

# マス・アダプション（大衆受容）のカギは

## キャズム理論



## キャズムを超えるカギとなるのは

- ・ UI / UXの改善
- ・ キラープロダクト（キラーコンテンツ）の登場



web3・メタバース  
それぞれの課題は？



# 急激な変化にどう向き合うか

## マス・アダプションが起こる未来を予測する

- ・ web3は、Web2.0以前のものにとって代わる存在ではない（共存する）はず。
- ・ 真の「個人の時代」は実現するのだろうか。大企業の果たす役割は。
- ・ インフラやサービスが変わっても、多くの消費者の行動は変わらないのでは。

## 消費者

- ・ 目指したいのは：消費者リテラシーの向上
- ・ 分けて考えよう：現役世代 / デジタルネイティブ世代

## 法政策

- ・ 「消費者の啓蒙」言うは易し、行うは難し
- ・ 現実的なアプローチとは

パネルディスカッションの中で更に議論いたしましょう。