

2025年2月5日

日本知財学会 コンテンツ・マネジメント分科会 第85回CMSC研究会

※この資料は、上記研究会の開催後、2025年2月28日にアップデートその他変更を加えたものです。

連続研究会『エンタテインメント産業と生成AI・ディープフェイク』第1回

パブリシティ権による肖像・声の保護と限界

～米国における Transformative Use Test との比較考察を中心に～



関 真 也

弁護士・ニューヨーク州弁護士（関真也法律事務所）

日本バーチャルリアリティ学会認定上級VR技術者

《自己紹介》



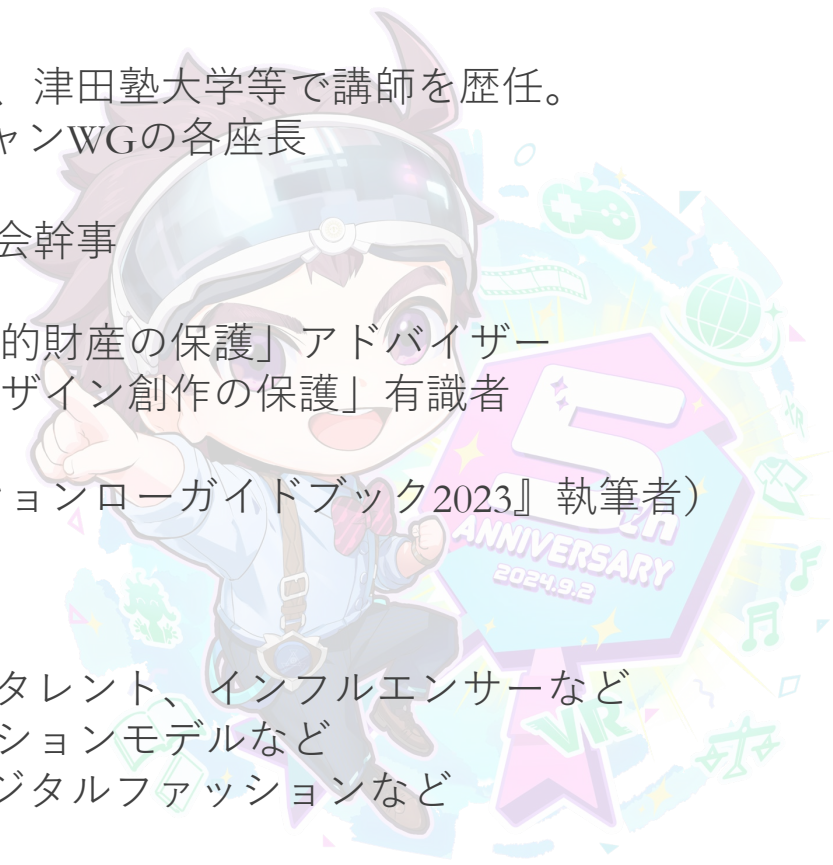
2008/09 ~ 2019/08	都内法律事務所 弁護士
2015/05	南カリフォルニア大学ロースクール 修了 (LL.M., Entertainment Law Certificate, Honor Society of Phi Kappa Phi)
2015/08 ~ 2016/06	Kirkland & Ellis LLP (Chicago Office), Visiting Attorney
2016/07 ~ 2017/12	株式会社KADOKAWA 経営企画局 知財法務部 担当部長
2019/09~	関真也法律事務所 開設
2020/08	東大データサイエンススクール 事業実務者コース 修了

《その他主な所属・役職・資格等》

- ✓ 東海大学総合社会科学研究所 客員講師 / そのほか、東京工業大学、日本女子大学、津田塾大学等で講師を歴任。
- ✓ 一般社団法人XRコンソーシアム 監事 / 社会的課題WG・メタバースWG・3DスキャンWGの各座長
- ✓ 日本商標協会 理事・法制度研究部会長
- ✓ 日本知財学会 事務局 / コンテンツ・マネジメント分科会幹事 / ブランド経営分科会幹事
- ✓ ファッションビジネス学会 ファッションロー研究部会 部会長
- ✓ 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の保護」アドバイザー
- ✓ 特許庁・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」有識者
- ✓ 経済産業省「Web3.0時代におけるクリエイターエコノミー研究会」委員
- ✓ 経済産業省・ファッション未来研究所「ファッションローWG」委員 (『ファッションローガイドブック2023』執筆者)
- ✓ 総務省「AI時代におけるメタバースの調査研究」有識者

《主な取扱分野・インダストリー》

- ✓ エンタメ関係：漫画、アニメ、TV、映画、ゲーム、音楽、プラットフォーム、タレント、インフルエンサーなど
- ✓ ファッション関係：アパレル企業、デザイナー、小売・ECその他の流通、ファッションモデルなど
- ✓ XR (VR/AR/MR)、メタバース、VTuber、デジタルツイン、AI、eSports、NFT、デジタルファッションなどに関する知的財産、契約書作成、事業の適法性チェック、紛争対応など。



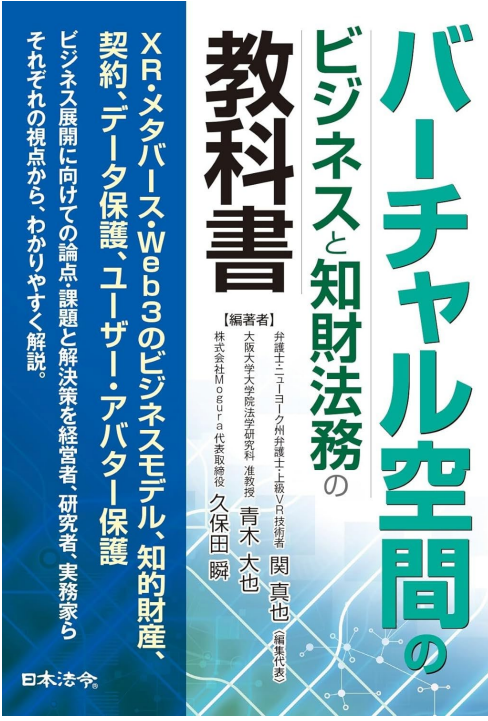
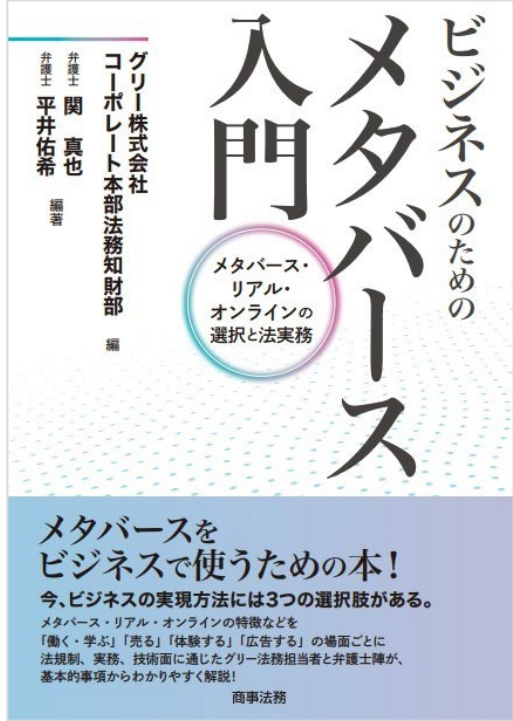
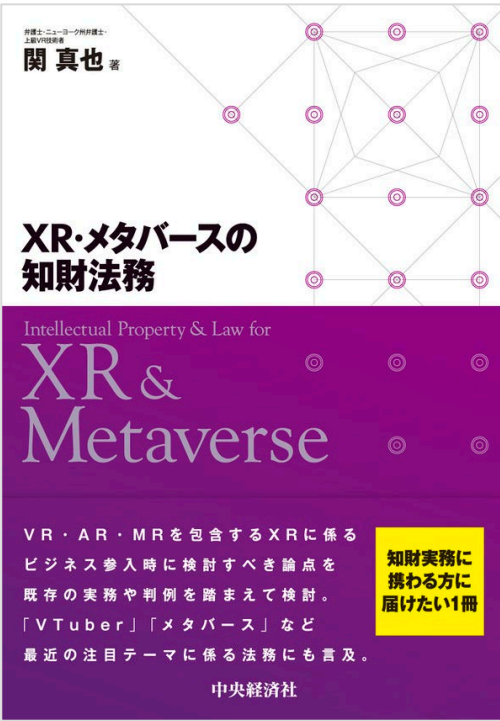
《自己紹介：著書等》

XR・メタバースの知財法務
(単著、中央経済社、2022)

ビジネスのためのメタバース入門
(共編著、商事法務、2023)

バーチャル空間の
ビジネスと知財法務の教科書
(共編著、商事法務、2024)

ファッションロー〔第2版〕
(共著、勁草書房、2023)



関真也弁護士のエンタメ・ファッション・テクノロジー法務に関する取組みと研究実績等については、
関真也法律事務所ウェブサイト「[弁護士紹介](#)」・「[研究・情報発信](#)」の各ページのほか、
「[XR・メタバースの法律相談：弁護士・関真也の資料集](#)」をご参照下さい。

本日お話しすること

導入と問題提起

日本におけるパブリシティ権の保護とディープフェイクに関する問題状況の整理

米国法の検討：Transformative Use Testの適用のあり方を中心に

パブリシティ権に関する米国裁判例の概況

Transformative Use Testの適用のあり方

ディープフェイク事案に対するTransformative Use Testの適用に関する議論

日本法の検討：「専ら」基準とディープフェイク

ピンク・レディー事件最高裁判決の「専ら」基準3類型による保護の可能性と限界

立法解決の考え方～ピンク・レディー最判（表現の自由）との関係は？～

- 荒岡草馬「声の人格権に関する検討」情報ネットワークローレビュー22号（2023）
- 安藤和宏「音声の法的保護に関する一考察」三村量一古稀『切り拓く知財法の未来』701頁（日本評論社、2024）
- 今村哲也「音声の法的保護と知的財産法」コピーライト2025年1月号
- 奥邨弘司「生成AI時代のパブリシティ権—序論（上）（下）」コピーライト2024年12月号・2025年1月号
- 柿沼太一「AI技術を利用して自動生成した人物肖像の利用によるパブリシティ権侵害」法律時報94巻9号（2022）
- 佐藤豊「生成AIによる実演の学習、実演類似のものの生成及び生成結果の利用に対する規律の一考察②」コピーライト2024年9月号
- 田邊幸太郎「生成AI時代における『声』の保護に関する検討」三村量一古稀『切り拓く知財法の未来』745頁（日本評論社、2024）
- 張睿暎「生成AIと著作者及び実演家の権利」獨協法学
- 中島基至「米国California最高裁パブリシティ権判決の概要と考察」三村量一古稀『切り拓く知財法の未来』531頁（日本評論社、2024）
- 中島基至「人声権（Right of Human Voice）の生成と展開」Law & Technology 106号1頁（2025）
- 成原慧＝荒岡草馬「AIと『声の権利』」Law & Technology 106号13頁（2025）
- 松尾光舟＝齊藤邦史「人工知能の時代におけるパブリシティ権の主体と客体」情報ネットワークローレビュー23巻（2024）
- AI時代における知的財産権検討会「[中間とりまとめ](#)」（2024）
- 拙稿「[いかなる場合にパブリシティ権は表現の自由に優越するか～米国における近時のビデオゲーム関連判決を参考に～](#)」パテント68巻7号78頁（2015）
- 拙稿「[バーチャルファッションと法\(2\)～バーチャルインフルエンサーに関わる知的財産権・肖像権・広告規制～](#)」発明2021年12月号

< 導入と問題提起 >

日本におけるパブリシティ権の保護と ディープフェイクに関する問題状況の整理

ディープフェイクとエンタテインメント産業

- 著名な俳優・声優・歌手等の肖像・声等を、彼らが実際には出演していない映画・アニメ・ゲーム・音楽等の作品に登場させ、演技・歌唱・演奏等をしているかのようなコンテンツを作り出すことができる。
- 様々な活用場面
 - 俳優・声優・歌手等のスケジュール調整の問題を解消
 - メインキャストが不祥事を起こしてしまった場合に、作品自体の公開を断念するのではなく、当該キャストの部分だけを差し替えて公開
- 懸念
 - 本人の出演機会・収入の途等を奪うのではないか。
 - 本人であれば断るであろう演技・歌唱・演奏等をさせられるのではないか。
 - 本人の才能・努力等の成果を無断で利用されるのは不公平ではないか。

ピンク・レディー事件最高裁判決

最判平成24年2月2日民集66巻2号89頁

人の**氏名**、**肖像等**（以下、併せて「肖像等」という。）は、**個人**の**人格の象徴**であるから、当該個人は、人格権に由来するものとして、これをみだりに利用されない権利を有すると解される（略）。そして、肖像等は、商品の販売等を促進する顧客吸引力を有する場合があります、このような顧客吸引力を排他的に利用する権利（以下「パブリシティ権」という。）は、肖像等それ自体の商業的価値に基づくものであるから、上記の**人格権に由来する権利の一内容を構成するもの**といえることができる。他方、肖像等に顧客吸引力を有する者は、社会の耳目を集めるなどして、その肖像等を時事報道、論説、創作物等に使用されることもあるのであって、**その使用を正当な表現行為等として受忍すべき場合もある**といえるべきである。そうすると、肖像等を無断で使用する行為は、①肖像等それ自体を独立して鑑賞の対象となる商品等として使用し、②商品等の差別化を図る目的で肖像等を商品等に付し、③肖像等を商品等の広告として使用するなど、専ら肖像等の有する顧客吸引力の利用を目的とするといえる場合に、パブリシティ権を侵害するものとして、不法行為法上違法となると解するのが相当である。

ピンク・レディー事件最高裁判決

最判平成24年2月2日民集66巻2号89頁

・・・本件記事の内容は、ピンク・レディーそのものを紹介するものではなく、前年秋頃に流行していたピンク・レディーの曲の振り付けを利用したダイエット法につき、その効果を見出しに掲げ、イラストと文字によって、これを解説するとともに、子供の頃にピンク・レディーの曲の振り付けをまねていたタレントの思い出等を紹介するというものである。そして、本件記事に使用された本件各写真は、**約200頁の本件雑誌全体の3頁の中で使用されたにすぎない**上、いずれも白黒写真であって、その大きさも、縦2.8cm、横3.6cmないし縦8cm、横10cm程度のものであったというのである。これらの事情に照らせば、本件各写真は、上記振り付けを利用したダイエット法を解説し、これに付随して子供の頃に上記振り付けをまねていたタレントの思い出等を紹介するに当たって、読者の記憶を喚起するなど、**本件記事の内容を補足する目的**で使用されたものというべきである。

したがって、被上告人が本件各写真を上告人らに無断で本件雑誌に掲載する行為は、専ら上告人らの肖像の有する顧客吸引力の利用を目的とするものとはいえず、不法行為法上違法であるということとはできない。

日本のパブリシティ権に関する各論点

論点	学説等の傾向（個人的な整理）	ピンク・レディー事件最判
保護の正当化根拠	人格権説、財産権説、インセンティブ論	人格権説
「声」は保護対象か？（※）	個人の人格の象徴として「肖像等」に含まれるのではないか。	「個人の人格の象徴」
譲渡性・相続可能性	譲渡・相続されないという見解もあるが、社会情勢等に応じた今後の議論に委ねられているとの指摘もある。	「人格権に由来する権利の一内容を構成するもの」
差止請求の可否	少なくとも人格権を根拠とする限りは可能である。	
表現の自由との調整	「専ら基準」（3類型＋など）による。	

（※）保護される「声」とは何か？

- 音の要素（大きさ、高さ、音色）
- 言語の要素（発言内容、口ぐせ等）
- 表現の要素（テンポ、抑揚等）

✓ 何をもって保護される「声」と捉えるかは、同定可能性を考える起点にもなり得る。

本報告における想定事例

著名な俳優・声優等の肖像・声等を、彼らが実際には出演していない映画・アニメ・ゲーム・音楽等の作品に登場させ、あたかも実際に演技・歌唱・演奏等をしたかのようなコンテンツを作り出し、販売、配信、上映、放送等により商業的に利用するケース。

※ 複数の表現的要素が複合する作品を想定。

- 映画・アニメ：多数の出演者、セリフ、演出、脚本、カメラワーク、衣装、美術、視覚効果、主題歌、BGM、効果音等
- ゲーム：多数のキャラクター、セリフ、シナリオ、背景、アイテム、BGM、効果音等
- 音楽：複数の歌唱・演奏者、指揮者、歌詞、メロディ、伴奏等

本報告の前提

- 「声」はパブリシティ権の保護対象に含まれ得る。
- 「声」とは、音の要素（大きさ、高さ、音色）を中心に考える。
 - 本報告の想定事例において、言語や表現の要素（発言内容・口ぐせ / テンポ・抑揚等）は具体的事案によって異なる。むしろ、俳優・声優等は、作品ごとにこれらが異なる表現を求められる場合も多い。
 - ディープフェイクとして出力される音は、言語や表現の要素において、本人と類似する音が出力されるとは限らない。
 - これらのことから、保護対象たる「声」の要素に言語や表現の要素を含めると、結果としてほとんどの場合に保護が否定されることとなりかねない。
 - もっとも、同定可能性の判断においては、「音」以外の要素が考慮されることはあり得る。
- 学習・開発・生成段階ではなく、利用の段階のみを検討する。

< 米国法の検討 >

Transformative Use Testの適用のあり方を中心に

米国における裁判例の概観

～州ごとに異なる判断基準～

判断基準	内容
個別的利益衡量テスト (Ad-Hoc Balancing Test)	<p>当該事案における表現の自由に対する権利の重要性と、その権利を制限することによる影響を分析したうえで、その影響とパブリシティ権に対する侵害によってもたらされる影響とを比較衡量し、表現の自由とパブリシティ権のいずれの利益を優先すべきかを判断する。</p> <p>Cardtoons, L.C. v. Major League Baseball Players Ass'n, 95F.3d 959 (10th Cir. 1996). C.B.C. Distribution &Marketing, Inc. v. Major League Baseball Advanced Media, L. P., 505 F.3d 818 (8th Cir. 2007)</p>
主要目的テスト (Predominant Purpose Test)	<p>主として個人のアイデンティティの商業的価値を利用する商品が販売される場合には、たとえその商品が別の状況下では何らかの「表現的」内容を含むものであるとしても、その商品はパブリシティ権を侵害するが、その商品の主要目的が著名人についての表現的な論評をすることである場合には、その表現的価値がより重視される。</p> <p>Doe v. TCI Cablevision, 110S.W.3d 363 (Mo. 2003).</p>
関連性テスト (Rogers Test)	<p>著名人の肖像等の使用が、作品（のタイトル）に「全く関連しない」か、又は「単に商品若しくはサービスの提供に向けた商業的な偽装広告である」場合でない限り、表現の自由を優先させてパブリシティ権侵害としない。</p> <p>Rogers v. Grimaldi, 875 F.2d 994, 1004 (2d Cir. 1989). Parks v. LaFace Records, 329 F.3d 437 (6th Cir. 2003).</p>
変容的利用テスト (Transformative Use Test)	次頁以下参照。

変容的利用テスト

Transformative Use Test

概要

作品が、単なる著名人の肖像又は模写を超えたものに変容されたと言えるほどに重要な創作的要素を加えるものであるか否かを基準に、表現の自由とパブリシティ権のいずれを優先すべきかを決定する。

十分に変容的か否かの判断要素 (Comedy III事件)

- ① 著名人の肖像が当該作品の「素材」の1つにすぎないのか、それとも著名人の描写又は模写が当該作品の要点・本質であるのか
- ② 著名人の肖像を含む作品が、当該肖像というよりも、主として被告自身の表現となっているか
- ③ 写實的又は模寫的な要素と創作的要素のいずれが、当該作品を占める主要な要素となっているか（質ではなく量的な観点で判断する。優れた技能によるものであっても、著名人の写實的な描写はパブリシティ権侵害となり得る）
- ④ 当該作品の市場性及び商品価値が、主として、描写された著名人の名声から生じるものであるか、それともアーティストの創作性、技能及び評価から生じるものであるか
- ⑤ アーティストの技能及び才能が、著名人の名声を商業的に利用するために著名人の独創性のない描写を作成するという全体的な目的に明らかに従属するものであるか否か

理論的根拠

これを満たすほど変容された作品であれば、

- 修正第1条による保護に値する表現といえ、かつ、
- パブリシティ権によって保護される経済的利益を阻害するものでもない。

Transformative Use Testを用いた米国裁判例

- **Comedy III事件：侵害肯定** (Comedy III Prods., Inc. v. Gary Saderup, Inc., 21 P.3d 797 (Cal. 2001))
 - 十分な独創的表現の付加がない写実的なにすぎない。
 - これを付したTシャツの価値はThe Three Stoogesの名声から生じる。
 - 作家のスキルは、The Three Stoogesの名声を利用するという全体の目的に従属する。
- **Winter事件：侵害否定** (Winter v. DC Comics, 69 P.3d 473 (Cal. 2003))
 - 肖像の写実的な描写ではなく、非常に表現的なストーリーの中のキャラクターとして変容されている。
- **ETW Corp.事件：侵害否定** (ETW Corp. v. Jireh Publishing Inc., 332F.3d 915 (6th Cir. 2003))
 - Tiger Woodsの肖像は写実的だが、様々な要素の組合せ全体の文脈の中で、スポーツの歴史的な出来事とTiger Woodsの功績という新しい目的・性格を持つものとして芸術的に表現している。
- **Kirby事件：侵害否定** (Kirby v. Sega of America, Inc., Cal. App. 4th 47 (Cal. Ct. App. 2006))
 - さほど写実的ではない。
 - ゲーム全体の設定・世界観の中で、25世紀の宇宙のレポーターという別のキャラクターになっている。
- **No Doubt事件：侵害肯定** (No Doubt v. Activision Publ'g, Inc., 122 Cal. Rptr. 3d 397 (Ct. App. 2011))
 - No Doubtが名声を勝ち得た所以であるロックソングの演奏をする写実的なアバターであり、新たな創作的要素は加えられていない。その名声を利用してファンの購買意欲を促すことが目的であり、ゲーム要素はそれに従属する。
- **Keller事件：侵害肯定** (Keller v. Elec. Arts Inc. (In re NCAA Student-Athlete Name & Likeness Licensing Litig.), 724 F.3d1268 (9th Cir. 2013))
 - Kellerのアバターが本人を再現したものであり、フットボールという本人と同じ行為を、NCAAの実際のフットボール会場でしていることから、Kellerの肖像の使用は大きな変容的要素を含んでいない。

米国裁判例のまとめ

- 肖像自体の描写の写実性（表現的要素の付与の有無・程度）
 - 写實的 / 侵害肯定：Comedy III, No Doubt, Keller
 - 非写実 / 侵害否定：Winter, Kirby
 - 写實的 / 侵害否定：ETW Corp.
- 変容性の有無を判断するに際し、肖像それ自体に付加される表現的要素だけでなく、作品全体に含まれるそれ以外の表現的要素を考慮するか
 - 考慮した：ETW Corp., Kirby
 - 世界観・設定等に応じて肖像等の表現に変更が加えられているか。
 - YES: Kirby / NO: ETW Corp. ※肖像を含む作品全体でメッセージを伝える。
 - 考慮せず：No Doubt, Keller
 - 著名人が現実において名声を獲得したのと同じ活動を、同じ状況で行っている。
- その作品の要点・本質は何か、これとの関係において肖像を使用する目的は何か
 - 論評・風刺その他創作的な表現（肖像等は素材として従属）：Winter, ETW Corp., Kirby
 - 本人になりきることができるゲーム（肖像等を使用してその名声によりファンに訴求し、商業的利益を得るのが主目的）：No Doubt

ディープフェイクに関する想定事例の検討

● 肖像等の写実性ないし表現的要素の付加

- 作品の世界観・設定等によるが、肖像等に関連して大きな変更が加えられるケースもある。
- 作品の世界観・設定等を受けて、肖像それ自体、声（音の要素）それ自体以外の表現的要素を付加して実演することは、そもそも実演家に対して求められていることであり、実演に際して必ず伴うものであって、彼らが経済的利益を得ることができる理由であるが、それによって変容性が認められるとすれば、俳優・声優・歌手等のパブリシティ権をディープフェイクから保護することは極めて困難とならないか。
- 「声」に関して言えば、俳優等の側にあるのは音の要素（大きさ・高さ・音色）であり、言語や表現の要素（発言内容・口ぐせ / テンポ・抑揚等）、さらには作品全体の世界観・設定、視覚的表現、その俳優の声の「音」以外の聴覚的表現等は全てディープフェイク側の表現という場合があり得る。この状況で、その俳優等の「音」の要素だけが主目的であり、当該作品におけるそれ以外の要素は全てそれに従属するといえるか。

ディープフェイクに関する想定事例への適用

- 作品全体の表現的要素の加味 / 作品の要点・本質と肖像等との関係
 - 作品としてのメッセージその他の表現：
 - 作品によるが、肖像等の利用によるファンへの訴求以外のメッセージを伝える一素材として肖像等が利用されているケースも大いに想定され得る。
 - 現実と同じ活動・状況：
 - 俳優・声優等にとっての「現実の活動・状況」とは？
 - 俳優・声優等をしている人として描くことか、役柄次第か？
(前者だと保護狭い、後者だととても広い)
 - 歌手や政治家等は比較的分かりやすい？

ディープフェイクに関する想定事例への適用

● その他

- ディープフェイクの具体的な使用方法による影響
 - 作品全ての要素をディープフェイクで生成するケース
 - 他の俳優等でモーションや声をいったん収録し、その一部の要素をディープフェイクで上書きするケース
- 主演・助演・エキストラ等の役割による影響

一応の結論

- 肖像・声以外の多数の表現的要素の複合から成り、その全体によって視聴者・ユーザー等に一定のメッセージを伝えることを目的とするエンタテインメント作品においては、俳優・声優・歌手等の肖像・声をパブリシティ権によって保護することができないケースが相当程度あり得るのではないか。
- 変容性ではなく、俳優・声優・歌手等に対する経済的な損失を直接的に考慮する新しい保護の枠組みが必要ではないか。

< 日本法の検討 >

「専ら」基準とディープフェイク

想定事例の検討

専ら肖像等の有する顧客吸引力の利用を目的とするといえる場合

① 肖像等それ自体を独立して鑑賞の対象となる商品等として使用する場合

- 想定事例においては、俳優・声優・歌手等の肖像・声「それ自体」が「独立して」鑑賞の対象になると判断するのは困難か。

② 商品等の差別化を図る目的で肖像等を商品等に付する場合

- 多くの表現的要素の複合から成るエンタテインメント作品については、俳優・声優・歌手等の肖像・声が、単に「差別化」を図る目的で利用されているといえるか。
- 肖像等の有する顧客吸引力の利用以外に、作品全体により一定のメッセージを視聴者等に伝えるという目的があり、その実現のために俳優等の選定や演出等が加わるケースがある。それをこの第2類型で捉えるのは適切か？
- 既存楽曲のAIカバー、既存小説のオーディオブックにおける朗読のケースは？

③ 肖像等を商品等の広告として使用する場合 など

一応の結論

- 日本法においても、映画・アニメ・ゲーム・音楽等のエンタテインメント作品における俳優・声優・歌手等の肖像・声のディープフェイクは、その作品（商品等）において専ら顧客吸引力を利用することを目的とするものとはいえ、パブリシティ権侵害は成立しないケースが相当程度あり得るのではないか。
- 立法等により、例えば、俳優・声優・歌手等に対する経済的な損失を直接的に考慮する新しい保護の枠組みが必要ではないか。

立法を検討する際の留意点 ～位置付け～

- 立法により俳優・声優等の肖像・声のディープフェイクによる無断利用について差止め、損害賠償等の対象とする場合、それが機能するのは「専ら肖像等の有する顧客吸引力の利用を目的」としないケースであるから、顧客吸引力に着目した制度設計ではなく、むしろ、俳優・声優等の経済的利益ないし市場の保護しようとする方向性となり、既存の判例法理からなるパブリシティ権とは異なる別個の概念となる。
 - パブリシティ権が人格権に由来するからといって、上記の意味における保護を、人格権を起点にして考える必然性はない。著作者人格権や実演家人格権を保護し、人格権的な意味合いを含む著作権法との関連性は薄い。
 - 人格権との関連というよりは、経済的不利益・市場篡奪の観点が強調される。どちらかといえば不正競争の位置付けが合うのではないか。

立法を検討する際の留意点 ～不正競争の考え方からの試論～

- 例) 自らの肖像・声等の商業的利用を行うことにより、名声や経済的利益と引き換えに批評等の対象となることで表現の自由の要請からの制約を受け、自らの肖像・声等の人格権的な保護を後退させてまで、エンタテインメント産業の発展に寄与している。無断利用はそのインセンティブを損なうものであり、たとえ「専ら」でなくとも本人の才能・努力等によって獲得された顧客吸引力にフリーライドして同一市場で競合し、経済的な利益を奪うのは自由競争を逸脱する。
 - ゆえに、「専ら」顧客吸引力を利用していなくとも、フリーライドによって市場や経済的利益を奪う行為は不正競争とすべきである。
 - こう考えた場合、人格権ないし人格的利益という肖像・声の性質は、著名人の肖像・声を保護する根拠そのものというよりは、他者の肖像・声に係る人格的利益との衝突・調整という側面が強調される（商標法4条1項8号、26条1項1号等参照）。

立法を検討する際の留意点

～表現の自由との調整 / ピンク・レディー最判との関係～

- ただし、肖像等の経済的価値の利用と表現の自由との調整は、ピンク・レディー事件最高裁判決によって示された「専ら」基準で行われるということで解決しており、それがいわば司法的な「答え」になっている？
- 表現の萎縮を予防するため、パブリシティ権は限定的に解釈すべきとすら言われている。
 - そうすると、「専ら肖像等の有する顧客吸引力の利用を目的とする」場合でなくとも、著名人の肖像・声等の排他性を優先すべき憲法上の根拠を見出し、それに見合った要件（権利制限ないし適用除外を含む。）を設定する必要性が生じる。
 - パブリシティ権の正当化根拠におけるインセンティブ論 / 自由競争逸脱論の位置付けは？

THE LAW OFFICE OF **MASAYA SEKI**

IP AND LAW FOR NEW WORLD

XR(VR/AR/MR), METAVERSE, AVATAR, NFT, DIGITAL TWIN, ENTERTAINMENT, FASHION

Thank You!

<https://www.mseki-law.com/>

