

国立国会図書館 調査及び立法考査局

Research and Legislative Reference Bureau
National Diet Library

論題 Title	第 8 章 故人の遺したデジタルデータの相続等—インターネットを介したサービスの多様化と利用の広がりを受けて—
他言語論題 Title in other language	Chapter 8 Inheritance of Digital Data: In Response to the Diversification of Services via the Internet and Expansion of Use of These Services
著者 / 所属 Author(s)	森田倫子 (MORITA Noriko) / 専門調査員・国立国会図書館調査及び立法考査局文教科学技術調査室主任
書名 Title of Book	デジタル時代の技術と社会 科学技術に関する調査プロジェクト報告書 (Technology and Its Social Implementation in the Digital Era)
シリーズ Series	調査資料 2023-5 (Research Materials 2023-5)
編集 Editor	国立国会図書館 調査及び立法考査局
発行 Publisher	国立国会図書館
刊行日 Issue Date	2024-3-26
ページ Pages	147-164
ISBN	978-4-87582-923-2
本文の言語 Language	日本語 (Japanese)
摘要 Abstract	人の死亡後には様々なデジタルデータが遺される。デジタルデータの遺品としての整理や相続をめぐる我が国の現状と課題を概観し、併せて、関連性のある米国の統一州法を紹介する。

* この記事は、調査及び立法考査局内において、国政審議に係る有用性、記述の中立性、客観性及び正確性、論旨の明晰（めいせき）性等の観点からの審査を経たものです。

* 本文中の意見にわたる部分は、筆者の個人的見解です。

第8章 故人の遺したデジタルデータの相続等

—インターネットを介したサービスの多様化と利用の広がりを受けて—

国立国会図書館 調査及び立法考査局

専門調査員 文教科学技術調査室主任 森田 倫子

目 次

はじめに

I 故人の遺したデジタルデータの類型・具体例と注目されるサービス等

1 故人の遺したデジタルデータの類型と具体例

2 デジタル遺品の観点で近年注目されるサービスやデータ—SNS と暗号資産・NFT—

II インターネットとそれを介したサービスの利用の広がり

1 年齢階層別のインターネットの利用状況

2 インターネットを介して利用されるサービスとその利用状況等

III デジタルデータの相続等における扱いと課題

1 遺族等の関心・要望と実際上のアクセス障壁

2 相続等についての法的な実務等

3 遺族等によるアクセス等をめぐる課題と米国における故人のデジタルデータの開示等

おわりに

【要旨】

パソコンやスマートフォンの普及は目覚ましく、高齢者層もインターネットを利用するようになってきている。人が死亡した後は、デジタル機器での作成物、電子メール、SNSの投稿から暗号資産・NFTに至るまで様々なデジタルデータが遺される。しかし遺族等にとっては、デジタルデータは所有権の対象でない、承継可能かサービスごとに契約（利用規約）の確認の必要がある、暗号資産やNFTといった新しい形の価値にも対応が必要になるなど、その扱いは分かりにくく煩雑である。故人のSNSなどのデータについて遺族等による引渡し請求等が認められるかは契約の解釈等によるため不透明とされることなどは課題となり得る。米国の統一州法ではデータの開示・非開示の指示の優先順や開示が行われる場合等が規定されている。しかし、相続の仕組みが異なる日本では同様のものを構想するのは難しいとして、日本で有望なのは、議論を踏まえたモデル規約作成などによる利用規約の合理性確保であるとの見解がある。

はじめに

今日では我々の日常生活の全般にデジタル化が浸透している。人が死亡した後は、目に見える手に取れる物体だけでなく、デジタルデータも遺（のこ）されるようになってきた。しかし、故人の遺したデジタルデータについては、遺族等の立場からは、物体でないため存在の有無や所在が分かりにくい、セキュリティの仕組みがあるためアクセスが容易でないといった関門があり、それを回避できたとしても、承継の可否が分かりにくい上、技術の進歩で新たに出現するものにも対応が必要になるなど、遺品整理・相続や追悼をめぐる従来とは異なる状況が生じるようになった。また、新たなサービスや技術が広がるにつれ、本人の立場からも、自らの死後に遺されるデジタルデータをどうしたいか考えさせられる機会が増えつつある。

本稿では、故人の遺したデジタルデータについて、いわゆる「デジタル遺品」¹⁾として捉えられる可能性の高いと考えられるものを対象に、遺品としての整理や相続をめぐる現状と課題を概観する。Iで故人の遺したデジタルデータとはどのようなものか等をまとめた上で、IIでインターネットとそれを介したサービスの利用の広がりを見る。IIIではデジタルデータの相続等における扱いと課題をまとめ、併せて、関連性のある米国の統一州法についても紹介する。

なお、本稿は、執筆時点の状況の大まかな整理を目的としており、現実の個々の事案に参照されるものではない。実際の相続の場面で関心の高い相続人間の紛争回避や相続税の問題も、本稿は検討対象としていない。実際の相続においては、本稿によるのではなく、その時点の最新状況を踏まえ、個々の事案の具体的な法的検討を行われたい。

*本稿におけるインターネット情報の最終アクセス日は、令和5（2023）年12月25日である。

(1) 故人の遺したデジタルデータに関連して使われる言葉に「デジタル遺品」、「デジタル遺産」、「デジタル財産」、「デジタル資産」といったものがあるが、日本では、これらはいずれも法的に定義された用語ではない。同じ言葉が使われていても、デジタルデータのみを指す場合もあれば、それが格納されたデジタル機器も含めて呼ぶ場合がある。また、必ずしも、主たる関心が「金銭に見積もることができる経済的価値」か、関心の範囲がより広いかで使い分けられているとも限らない。それぞれの論者が定義をした上で用語を選択している。本稿では、故人の遺したデジタルデータについて、経済的価値以外の事項も含めて扱い、便宜「デジタル遺品」という言葉を用いる。ただし、米国の法律用語の場合には、別途、定義を示す。

I 故人の遺したデジタルデータの類型・具体例と注目されるサービス等

故人の遺したデジタルデータは、その所在や契約相手の有無が遺品整理や相続における実務上の扱いと関連することから、所在や契約の観点で類型化されることが少なくない。ここでは、そうした観点での類型とその具体例をまとめる。また、具体例のうち、今後遺品として扱われるデジタルデータの増加につながる可能性があること等から注目される SNS (Social Networking Service) と暗号資産、加えて、暗号資産と類似性のある NFT (Non-Fungible Token) については、使われ方や仕組みが、利用状況の把握や扱い等と関連するため、その概略を記述する。

1 故人の遺したデジタルデータの類型と具体例

法的な類型や定義ではないが、故人の遺したデジタルデータは、所在と契約の観点から、①故人が所有していたデジタル機器の内部に格納されているもの（いわゆる「オフラインのデジタル遺品」）と、②故人が契約したインターネットを介して利用する各種のデジタルサービスに依拠するもの（いわゆる「オンラインのデジタル遺品」）とに大まかに類型化できる。

①のオフラインのデジタル遺品の具体例としてはパソコン、スマートフォン、USB メモリ等の内部に存在するテキスト（文字情報）、画像、音声などのデータ等が相当するとされる⁽²⁾。

②のオンラインのデジタル遺品は、簡潔には、「インターネットサービスのアカウント等」⁽³⁾などと表現される。アカウントとは、一般に、コンピュータやソフトウェア、ネットワークなどを使用するための権利や資格のことである⁽⁴⁾。また、こうした権利や資格を得るための、サービス提供者との契約をアカウントであるとすることもある⁽⁵⁾。分かりやすくするため例え話として「アカウントは銀行で言えば口座に相当する」と説明されることも多く、「デジタルサービスの利用者登録をしてアカウントを作る」という言い方は日常的になされている。

②のオンラインのデジタル遺品に相当するとされるものを具体的に例示すると、ネット銀行・ネット証券、SNS（I 2 (1) 参照）、各種サブスクリプションサービス、ウェブサイト⁽⁶⁾やブログ⁽⁷⁾の公開のための場を提供するサービスなどのアカウント及び当該アカウントに紐（ひも）

(2) 古田雄介『スマホの中身も「遺品」ですーデジタル相続入門ー』（中公新書ラクレ 675）中央公論新社、2020、p.27；伊勢田篤史「デジタル遺品の相続と対応策」『税経通信』1101号、2022.11、p.94。

(3) 伊勢田篤史・古田雄介『デジタル遺品の探しかた・しまいかた、残しかた+隠しかたー身内が亡くなったときのスマホ・パソコン・SNS・ネット証券・暗号資産等への対応や、デジタル終活がわかる本ー』日本加除出版、2021、pp.15-17。

(4) 「用語辞典（あ行）」総務省ウェブサイト <https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/cybersecurity/kokumin/glossary/glossary_01.html>; 「アカウント」『IT用語辞典バイナリ』 <<https://www.weblio.jp/content/%E3%82%A2%E3%82%AB%E3%82%A6%E3%83%B3%E3%83%88?dictCode=BINIT>> こうしたシステムにログインする（認証を経てアクセスする）ための ID (identification) とパスワードの組合せをアカウントと呼ぶこともある（「用語辞典（あ行）」同）が、本稿ではアカウントという語をこの意味では用いない。なお、ID とはシステムの利用者に割り振られる符号であり、パスワードとはその ID を割り振られた本人だけが知る情報であってそれを入力することで本人であることを確認するための符号である（「認証の仕組みと必要性」総務省ウェブサイト <https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/cybersecurity/kokumin/basic/basic_privacy_01-1.html>）。

(5) 伊勢田 前掲注(2)

(6) ウェブサイトとは、インターネット上で情報を公開するひとまとまりのウェブページのことである。日本ではウェブサイトのことをホームページと呼ぶことも多いが、本稿では、書誌の記述を除き「ウェブサイト」（又はその略である「サイト」）で統一する。「ホームページの仕組み」総務省ウェブサイト <https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/cybersecurity/kokumin/basic/basic_service_03.html>

(7) ブログは、ウェブサイト（前掲注(6)参照）の一種であるが、ウェブサイトを作成するための特有の言語の知識やソフトウェアの利用方法を知らなくても、ネット上の管理者用のウェブサイトに新しい情報を登録するだけ

付いたデータなどが挙げられる⁽⁸⁾。アフィリエイトプログラムでの広告を行うシステムのサービス提供者との契約も②であると考えられる⁽⁹⁾。契約したデジタルサービスに依拠するという点で、アプリを使うチャージ式の電子マネー⁽¹⁰⁾や企業ポイント⁽¹¹⁾も②と捉えられるかもしれない。

また、①と②の双方にまたがるとされるものもあり、その具体例としては、電子メール、電子書籍、クラウドストレージ⁽¹²⁾といったサービスのアカウント及び当該アカウントに紐付いたデータや、暗号資産（I 2（2）参照）が挙げられる⁽¹³⁾。電子メールやネットワーク型電子書籍⁽¹⁴⁾については、利用者のデジタル機器へのダウンロードを前提とした仕組みか否かがサービス提供者によって異なる上、ダウンロードが前提の仕組みであっても利用者のダウンロード前であればデータは利用者の機器内にはない⁽¹⁵⁾。クラウドストレージについては、その内部に格納されたデータは、利用者のデジタル機器内のデータと同期させたものや機器内データのバックアップである場合がある。暗号資産については、その送付に必要な「秘密鍵」（I 2（2）参照）のデジタルデータとしての保管場所は、ネット上の取引所等のほか利用者のデジタル機器の場合もあり得る。ほかに、SNSは概して②であると考えられるが、中には①と②の双方にまたがるデータもある⁽¹⁶⁾。

②はもちろんのこと、①と②にまたがるものについても、契約は、デジタル遺品を考えるに当たって重要なポイントとなる（Ⅲ 2（1）（i）及び（ii）参照）。

2 デジタル遺品の観点で近年注目されるサービスやデータ—SNS と暗号資産・NFT—

(1) SNS とは

SNS とは、登録した利用者同士が交流できるウェブサイトの会員制サービスのことをいう⁽¹⁷⁾。

で情報を追加できる仕組みになっている（「ブログの仕組み」総務省ウェブサイト <https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/cybersecurity/kokumin/basic/basic_service_05.html>）。

- (8) 北川祥一『デジタル遺産の法律実務 Q&A』日本加除出版, 2020, pp.6-7, 122-123; 伊勢田・古田 前掲注(3), pp.16, 87-89; 伊勢田 前掲注(2), p.94.
- (9) 北川 同上, pp.163-168; 伊勢田・古田 同上, pp.99-102. なお、アフィリエイトプログラムとは、広告主のサイトにリンクする商品画像等をウェブサイト等に掲載し、閲覧者によるリンクのクリックや商品の購入等、あらかじめ契約で定められた条件に従って報酬が支払われる仕組みの広告手法をいう（「インターネット消費者取引に係る広告表示に関する景品表示法上の問題点及び留意事項」（制定平成23年10月28日消費者庁 一部改定平成24年5月9日消費者庁 一部改定令和4年6月29日消費者庁）pp.8-9. <https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/guideline/assets/representation_cms216_220629_07.pdf>）。
- (10) 北川 前掲注(8), pp.158-162; 伊勢田・古田 前掲注(3), pp.143-155.
- (11) 北川 同上, pp.124-125; 伊勢田・古田 同上, pp.155-158.
- (12) クラウドストレージは、ネットワークに接続されたサーバ内に、サービス提供者が設けたデータの保管場所。オンラインストレージと呼ばれることも多い。
- (13) 北川 前掲注(8), p.7.
- (14) ネットワーク型電子書籍とは、データが、CD-ROM等の物体にパッケージされた形で流通するのではなく、インターネットを介した送受信で流通するものをいう。
- (15) 「電子メールの仕組み」総務省ウェブサイト <https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/cybersecurity/kokumin/basic/basic_service_04.html>; 柳明生「ストーリーミング」『いまさら聞けない電子出版のABC—ebookpedia—』2022.5.1内容改訂. 日本電子出版協会ウェブサイト <https://www.jepa.or.jp/ebookpedia/201612_3323/>
- (16) LINEのトーク（「友だち登録」した相手とのテキストメッセージによる会話）の履歴のように、「トークの内容はスマートフォン内に保存されている」ために、クラウドストレージ（前掲注(12)参照）へのバックアップが推奨されているものもある（「トーク履歴のバックアップ方法」2023.7.14. LINE みんなの使い方ガイドウェブサイト <<https://guide.line.me/ja/signup-and-migration/talk-backup.html>>）。
- (17) 「SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）の仕組み」総務省ウェブサイト <https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/cybersecurity/kokumin/basic/basic_service_07.html> なお、具体的にどのようなサービスをSNSに含めるかには様々な考え方があり得る。例えば、動画主体のサービスやメッセージ系サービスについては、SNSに含める考え方が一方、これらをSNSには含めずに、「動画主体サービスやメッセージ系サービスを含めないSNS」、

交流の形としては、テキスト・写真・動画といったコンテンツの投稿とそれを見た者によるコメントや共感したことを意味する印の付与、返信、転送・引用などといった形や、「友だち登録」した相手などとのテキストチャット（テキストメッセージによる会話）、音声通話、ビデオ通話などがある⁽¹⁸⁾。

SNS への登録や利用は多くがニックネームで可能であるが、実名を原則とするものもある。交流とは異なる機能・コンテンツ（例えばニュース配信など）を併せ持つ SNS もある。

SNS は多数存在するため網羅的に調査することは難しいが、日本での利用の多い SNS（Ⅱ 2（1）参照）について言えば、コンテンツを「見るだけ」の利用も可能であり、登録やログインをしない場合でも一定程度見られるものもある。また、投稿等の公開範囲は、不特定多数の会員と交流できるタイプの SNS であっても、投稿等を行う者が選択すれば限定できる。

保存された投稿等はデジタル遺品として扱われ得る。また、投稿したコンテンツの閲覧数等に基づくコンテンツへの支払やコンテンツに付随して表示される広告による収入などを投稿者が得られる仕組みを有するものもあり、故人が投稿による収益を得ていた場合もあり得る。

（2）暗号資産・NFT とは

（i）暗号資産の法的定義

「資金決済に関する法律」（平成 21 年法律第 59 号）第 2 条第 14 項において、暗号資産とは、インターネット上でやり取りできる財産的価値であって、①不特定の者に対して、代金の支払等に使用でき、かつ、法定通貨（日本円や米国ドル等）と相互に交換できる、②電子的に記録され、移転できる、③法定通貨又は法定通貨建ての資産（プリペイドカード等）ではないという性質を持つものと定義されている⁽¹⁹⁾。

（ii）ブロックチェーンと暗号資産の仕組み（ビットコインの場合）

暗号資産や NFT は、ブロックチェーン技術を基盤としている。ブロックチェーンは、改ざんの検出や防止の機能を備えた、分散型のデジタル台帳である⁽²⁰⁾。ここでは暗号資産の先駆けで最も普及していると言われるビットコインを例に、ブロックチェーンと暗号資産について、デジタル遺品の観点で重要と考えられる部分に絞ってごく簡単に説明する。

ブロックチェーンは、ブロックチェーンネットワークの参加者によって検証された一定時間内の全取引データのまとまりである「ブロック」が、参加者に承認されて時系列で順次つなげ

動画主体サービス、メッセージ系サービス、ブログ、口コミサイトなどを併せて「ソーシャルメディア」に包括する考え方もある。本稿では、総務省「通信利用動向調査」（Ⅱ 2（1）図 2 の出典）による区分で言えば、動画主体のサービスを含まず、メッセージ系サービスを含むくりでの SNS（メッセージ系を含むため全くの狭義ではないが、本稿では簡便のため「狭義の SNS」という。）と「動画共有・投稿サイト」を合わせたものを、SNS として扱っている。

(18) この文を含みこの項は、以下次の資料に基づく。田口和裕ほか『LINE & Instagram & Facebook & Twitter 基本 & やりたいこと 140』（できる fit）インプレス、2023、pp.16-18、44-45、86、198-199、201-202、205、262-267、269-272、290-291；桑名由美・小木曾健『最新 LINE & Instagram & Twitter & Facebook & TikTok ゼロからやさしくわかる本 第 3 版』秀和システム、2022、pp.192-199、234-235、245、266、276-277、282-286、292；河本亮・小暮ひさのり『大人のための LINE Facebook Twitter Instagram Zoom パーフェクトガイド 2022-2023 最新改訂版』スタンダーズ、2022、pp.14、86、110、126-127；各種 SNS のサイト

(19) 「暗号資産（仮想通貨）とは何ですか？」日本銀行ウェブサイト <<https://www.boj.or.jp/about/education/oshiete/money/c27.htm>>

(20) 山崎重一郎ほか『ブロックチェーン技術概論—理論と実践—』講談社、2021、p.28；EY 新日本有限責任監査法人編『暗号資産の会計とブロックチェーンのしくみ—図解でスッキリ— 改訂改題』中央経済社、2023、pp.56-61。

られ、鎖（「チェーン」）状になった取引履歴の台帳を、参加者全員が持つ（分散して存在する各参加者が同一のデータを持つ）仕組みになっている⁽²¹⁾。中央の管理者はいない。

取引を行う個人の視点で見ると、「ウォレット」と呼ばれるツールが、ブロックチェーンに記録された自分のこれまでの取引データを参照して、自分の保有する暗号資産の残高の算出や、暗号資産を送付するためのデータの取りまとめを行っている。ウォレットは桁数の大きい文字列から成る「秘密鍵」を生成し、それを収めている。秘密鍵は本人であることを証明するデジタル署名を生成する機能を持つ。生成されたデジタル署名は、自分宛てに送付されて保有している暗号資産を使うこと、つまり自分が発送元となって暗号資産を送付することを可能にする。そのため、秘密鍵は秘匿する必要がある。暗号資産関係のデジタル遺品として重要なのは、ウォレットの中のデジタルデータである秘密鍵である。

一般的な利用者は暗号資産交換業者の取引所に会員登録して取引することが多いが、その場合、秘密鍵は取引所のウォレットで保管できる。取引所ではなく個人で秘密鍵を保管する場合の選択肢としては、個人で導入したウォレットのソフトウェアやアプリ、オフラインの専用機器等を使用することのほか、紙への記載もあり得る。

(iii) NFT とその活用

NFT は、「非 (Non) 代替性 (Fungible) トークン (Token)」の頭字語表記である。ブロックチェーン技術の文脈でいう「トークン」とは、暗号資産の上位概念に相当し、金銭的価値に限らない様々な価値や権利等を表すものである⁽²²⁾。「代替性」とはトークン同士を取り替えても価値等が変わらない性質をいう。例えばビットコインは、どの1単位も同価値であって入替え可能な「代替性トークン」である。それに対して「NFT (非代替性トークン)」は、ブロックチェーン上での発行の際に固有の値や属性を持たせた、他に替わるものがないトークンである。国税庁は、NFT とは、「ブロックチェーン上で、デジタルデータに唯一の性質を付与して真贋性を担保する機能や、取引履歴を追跡できる機能をもつトークンをい」うとしている⁽²³⁾。

NFT は、デジタルアートと紐付けられて令和3（2021）年に高額取引されたことで一般にも注目されるようになった。デジタルアートは複製が容易であるが、NFT と紐付けられたもののみが本物（オリジナル）であるとして、1点もののような価値付けがなされたのである。このように NFT を鑑定書や証明書のようなものとして活用する手法では、通常、NFT には作品の本体データは書き込まれない。NFT に書き込まれるのは、権利保有者の情報と、メタデータ（作品名や制作年月日などの属性、作品の本体データが存在する場所（ストレージなど）

(21) この文を含みこの項は、以下次の資料に基づく。山崎ほか 同上, pp.5-26, 28, 66, 203-207; EY 新日本有限責任監査法人編 同上, pp.36-37, 56-61; 若原恭『ビットコインのブロックチェーン技術』カットシステム, 2020, pp.27-30, 36-37; 開米瑞浩『60分でわかる! 暗号資産超入門』技術評論社, 2022, pp.74-75, 142-143; COINCATS『世界一やさしい暗号資産の教科書』KADOKAWA, 2022, pp.146, 150-151。

(22) この文を含み、この段落及びこの次の段落は、以下、別に注のない限り、次の資料に基づく。山崎ほか 同上, pp.202, 210-211; 増田雅史・古市啓「NFTの発行（NFT化）とは何か。NFTの保有・移転の法的意味や販売での実質的取引対象とは」天羽健介・増田雅史編著『NFTの教科書—ビジネス・ブロックチェーン・法律・会計まで デジタルデータが資産になる未来—』朝日新聞出版, 2021, pp.181, 185-186; 山崎重一郎「NFTとは何か?—デジタルデータの正当性を保証する新技術—」『ニュートン』42(4), 2022.4, pp.112-119; 長瀬威志「NFTと法的課題」(第45回インターネット消費者取引連絡会 資料3) 2022.6.23, p.4. 消費者庁ウェブサイト <https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/meeting_materials/assets/internet_committee_220715_05.pdf>

(23) 国税庁「NFTに関する税務上の取扱いについて（FAQ）」2023.1, p.1. <<https://www.nta.go.jp/law/joho-zeikaishaku/shotoku/shinkoku/0022012-080.pdf>>

へのリンク情報である。NFTの取引によって権利保有者が変われば新たな権利保有者がブロックチェーン上に記録される。なお、ここで「所有者」ではなく「権利保有者」としたのは、NFTの「所有」の概念には法的な問題があるためである（Ⅲ2(1)(iii)(b)参照）。

NFTが紐付けられるものはデジタルアート以外にも広がっている²⁴⁾。NFTの取引の場（マーケットプレイス）は多数あるが、取引の際は、利用するマーケットプレイスに対応するウォレットを、利用者が自分のデジタル機器にインストールする必要がある場合が少なくない。

Ⅱ インターネットとそれを介したサービスの利用の広がり

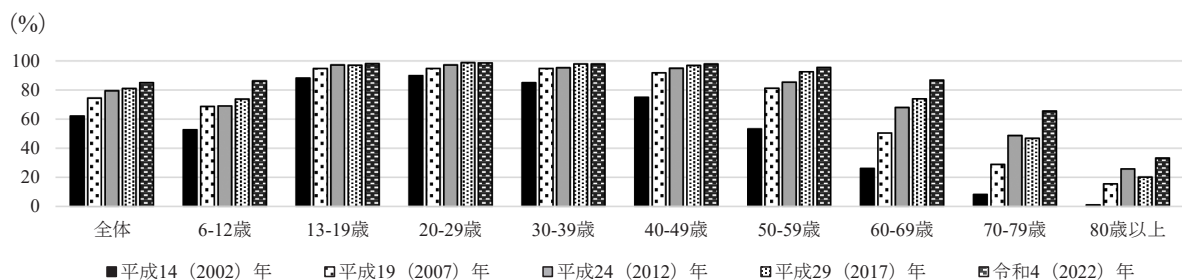
日本において、令和4（2022）年のパソコンの世帯保有率は69.0%、タブレットの世帯保有率は40.0%であり、スマートフォンに至っては、世帯保有率90.1%、個人保有率77.3%に上っている²⁵⁾。こうした機器を用いて作成されたデータ等が本人死亡後に機器内に遺される。

また、こうした機器からインターネットを介して様々なサービスが利用されており、それらに関係するデジタル遺品も遺されることになる。Ⅱでは、日本におけるインターネットの年齢階層別利用状況とインターネットを介したサービスの利用状況の概況をまとめる。

1 年齢階層別のインターネットの利用状況

日本の個人（6歳以上）のインターネットの利用率は、令和4（2022）年には約85%になった（図1）。同年の年齢階層別では、13歳から59歳までの各層で利用率が95%を超え100%に迫りつつある。60歳以上の利用率は年齢階層が上がるほど低いが、これらの階層では経時的な伸長が目立つ。令和4（2022）年には、60歳代で約87%が利用、70歳代は約66%が利用するまでになった。

図1 年齢階層別インターネット利用率及びその推移



(注) 年は調査年。利用率は、各調査時点の過去1年間についての、無回答の者を除く数値。同一の対象者を追跡調査したものではない。

(出典) 総務省「通信利用動向調査」<<https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&toukei=00200356>>の平成14(2002)年、平成19(2007)年、平成24(2012)年、平成29(2017)年、令和4(2022)年の各年版を基に筆者作成。

²⁴⁾ この文及びこの次の文は、次の資料に基づく。中島裕貴「NFTの市場概況と国内外の主要マーケットプレイス」天羽・増田編著 前掲注²²⁾, pp.29-44.

²⁵⁾ 総務省「通信利用動向調査」<<https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&toukei=00200356>>の令和4(2022)年版

2 インターネットを介して利用されるサービスとその利用状況等

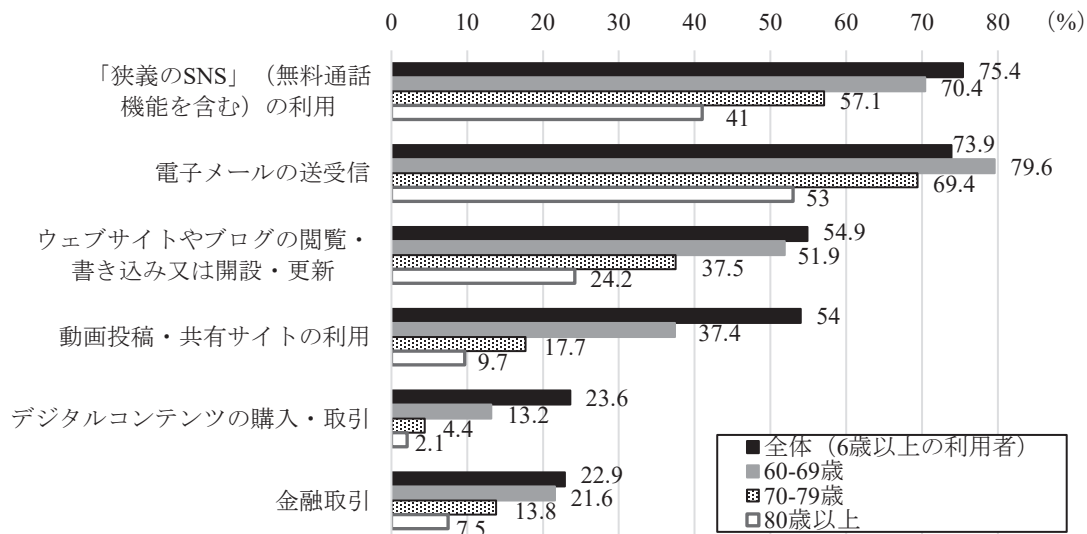
(1) SNS の利用状況

日本の6歳以上のインターネット利用者について、年齢階層ごとに、過去1年間に利用したサービス・機能が調査されている。令和4(2022)年のインターネット利用者の全体と60歳代、70歳代、80歳以上の各層について、デジタル遺品の観点で注目される主なサービスの利用率を図2にまとめた。

図2において、利用者全体の利用率が最も高いのは、動画主体のサービスを含まず、メッセージ系サービスを含むくりでのSNS⁽²⁶⁾(本稿ではこれを「狭義のSNS」という。)である。利用者全体では約75%、60歳代でも7割が利用した。一方、一般にはSNSに含めることも少ない(ため、本稿ではSNSに含めている。)が図2の出典の調査では別項目として設けられた「動画投稿・共有サイト」⁽²⁷⁾は、利用者全体では54%、60歳代では37.4%が利用した。

他方、日本の13歳から69歳までを対象としたSNSのサービスごとの調査(表1)によると、利用の多いサービスであっても、書き込み・投稿率が5割を超えたのは一つのみで他は2割未満であった。しかしながら、日本国内のアクティブユーザー等の数を鑑みると、書き込み・投稿を行う者は、率は高くなくとも、それぞれ人数としては相当数に上ると推察される。

図2 インターネット利用者が過去1年間に利用したデジタル遺品関連で注目される主なサービス(令和4年)(全体及び60歳以上)



(出典) 総務省「通信利用動向調査」<<https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&toukei=00200356>>の令和4(2022)年版を基に筆者作成。

(26) 図2の出典の調査で用いられる調査票では、この調査項目は「SNS(無料通話機能を含む)」として「Facebook、Twitter、LINE、mixi、Instagram、Skypeなど」と例示されている(総務省「(令和5年)通信利用動向調査調査票<世帯用>」p.4.<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/gaiyo/HR_Q_1.pdf>)。うちFacebook、Twitter(現・X)、LINE、Instagramでできる代表的な書き込み・投稿の種類については表1参照。残る二つのうち、mixiでは、投稿や、友人登録した相手との交流、趣味コミュニティでの交流などができ、Skypeでは音声通話、ビデオ通話などができる(高橋暁子「ツイッターにはこんなことは書けない…「意外とミクシイが心地いい」というオトナ世代が増えているワケ」『President Online』2023.3.3.<<https://president.jp/articles/-/66845?page=1>>;「Skypeとは?」Skypeサポートウェブサイト<<https://support.skype.com/ja/faq/fa6/skypetoha>>)。

(27) 「YouTube、ニコニコ動画など」と例示(総務省 同上)。

表1 日本で利用の多い SNS の日本での利用率、書き込み・投稿率、月間アクティブユーザー等の数

	LINE	Instagram	Twitter (現・X)	Facebook	TikTok	YouTube	ニコニコ 動画
日本語版サービス開始年	平成 23 (2011) 年	平成 26 (2014) 年	平成 20 (2008) 年	平成 20 (2008) 年	平成 29 (2017) 年	平成 19 (2007) 年	平成 18 (2006) 年
代表的な書き込み・投稿の種類	テキスト チャット	写真、動 画	短文テキ スト	テキスト、 写真	短編動画	動画	動画
利用率 (令和 4 (2022) 年度) (注 1)	94.0%	50.1%	45.3%	29.9%	28.4%	87.1%	14.9%
利用者の書き込み・投稿率 (令 和 4 (2022) 年度) (注 1)	57.9%	19.1%	14.1%	8.3%	4.9%	0.7%	1.9%
月間アクティブユーザー等の 数 (注 2)	9500 万	3300 万	4500 万	2600 万	1700 万	7000 万	1327 万

(注 1) 日本の 13 歳から 69 歳までを対象に、主な SNS について、機器の区分 (パソコン等又はスマートフォン等) ごとに「見る」か「書き込み・投稿する」か尋ねた調査による。いずれか一つ以上を行った者をその SNS の「利用者」としている。表 1 には、令和 4 (2022) 年度の利用者の割合 (利用率) が 10% 以上の SNS を挙げた。なお、この調査では Skype 等ビデオ会議系のサービスは調査対象に含まれていない。

(注 2) アクティブユーザー数とは、一定期間内に 1 回以上利用した者の数 (期間内に、複数回利用でも 1 人と計上し、登録者でも利用なしなら計上しない)。SNS ごとに次の数値を掲載した。LINE は令和 5 (2023) 年 3 月末時点のアプリの月間アクティブユーザー数。Instagram は平成 31 (2019) 年 3 月時点の月間アクティブアカウント数。Twitter (現・X) は平成 29 (2017) 年 10 月 27 日時点の月間利用者数。Facebook は令和元 (2019) 年 7 月時点の月間アクティブユーザー数。TikTok は令和 3 (2021) 年 8 月時点の 16 歳以上の月間アクティブユーザー数。YouTube は令和 4 (2022) 年 10 月時点の月間ユーザー数。ニコニコ動画については、動画サービス以外も含む「ニコニコ」としての令和 5 (2023) 年 7 月から 9 月の「ログインユニークユーザー数と非ログイン視聴ユニークユーザー数の和」を月平均した月間アクティブユーザー数。

(出典) 総務省情報通信政策研究所「令和 4 年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」2023.6, pp.68, 72. <https://www.soumu.go.jp/main_content/000887660.pdf>; 田口和裕ほか『LINE & Instagram & Facebook & Twitter 基本 & やりたいこと 140』(できる fit) インプレス, 2023, pp.198, 201-202; 桑名由美・小木曾健『最新 LINE & Instagram & Twitter & Facebook & TikTok ゼロからやさしくわかる本 第 3 版』秀和システム, 2022, p.266; 河本亮・小暮ひさのり『大人のための LINE Facebook Twitter Instagram Zoom パーフェクトガイド 2022-2023 最新改訂版』スタンダード, 2022, pp.14, 86, 110; 「CEO メッセージ」LINE ヤフーウェブサイト <<https://www.lycorp.co.jp/ja/company/message/>>; 「日本語版公式インスタグラムアカウント「@instagramjapan」を開設」2014.2.17. Meta ウェブサイト <https://about.fb.com/ja/news/2014/02/instagram_account_launch/>; 「ミニブログの米ツイッター 日本語版きょう開始」『日本経済新聞』2008.4.23; 「米 SNS 大手 日本語版開業 フェイスブック」『朝日新聞』2008.5.20; 「ティーンが踊るだけじゃない TikTok 大人が重宝情報ぎゅう詰め、ヒット呼ぶ」『日経 MJ』2021.11.12; 「YouTube が日本で歩んだ 15 年間」2022.6.20, 日本版 YouTube 公式ブログ <<https://youtube-jp.googleblog.com/2022/06/YouTubeJP15th.html>>; 「【記念企画のご案内】2021 年 12 月 12 日、ニコニコは 15 周年を迎えます。」2021.12.7. ニコニコインフォウェブサイト <<https://blog.nicovideo.jp/niconews/162070.html>>; LINE 株式会社「LINE Business Guide」(2023 年 4 月～9 月期版 v1.2) p.10. <https://www.linebiz.com/sites/default/files/media/jp/download/LINE%20Business%20Guide_202304-09.pdf>; 「Instagram の国内月間アクティブアカウント数が 3300 万を突破」2019.6.7. Meta ウェブサイト <https://about.fb.com/ja/news/2019/06/japan_maaupdate-2/>; X Japan (@XcorpJP) 「いつも、そして何年もの間、Twitter をご利用いただきありがとうございます。おかげさまで日本での月間利用者数が 4500 万を超えました。」2017.10.27, 7:01 のポスト (ツイート) <<https://twitter.com/XcorpJP/status/923671036758958080>>; 藤井涼・日沼論史「フェイスブック ジャパン長谷川代表が語る「退任の真意」独占ロングインタビュー」2019.7.8. CNET Japan ウェブサイト <<https://japan.cnet.com/article/35139021/>>; 「「2021 年に活用を始めないと乗り遅れる」電通天野氏に聞く TikTok 活用の今」2021.10.7. MarkeZine ウェブサイト <<https://markezine.jp/article/detail/37145>>; 「選ばれている、理由がある」—生活者・ marketer にとっての YouTube—」2022.10. Think with Google ウェブサイト <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ja-jp/marketing-strategies/video/youtube-recap2022-1/>>; KADOWAWA 「2024 年 3 月期第 2 四半期決算」2023.11.2, p.44. <https://ssl4.eir-parts.net/doc/9468/ir_material_for_fiscal_ym10/143592/00.pdf> を基に筆者作成。

(2) 電子メール、ウェブサイト・ブログ、デジタルコンテンツ購入等、金融取引の利用状況

図 2 において、利用者全体で「狭義の SNS」に次いで利用率が高いのは、「電子メールの受信」であり、約 74% が利用した。電子メールは 60 歳以上の各層では最も利用されたサービスであり、60 歳代では 8 割、80 歳以上でも 5 割以上が利用した。

「ウェブサイトやブログ」の利用率は、60 歳代でも利用者全体の数値に近い 5 割強あり、70 歳代や 80 歳以上でも一定の利用がある。

「デジタルコンテンツの購入・取引」⁽²⁸⁾の利用率は、60歳代では、利用者全体の6割弱の13.2%となっており、70歳以上の年代では更に少ないものの利用はある。

相続関係で特に関心事項となることが多い「金融取引」⁽²⁹⁾については、60歳代は利用者全体とほぼ同程度の21.6%が利用し、70歳代で13.8%、80歳以上で7.5%の利用がある。

(3) 暗号資産・NFTへの投資経験率と目的等

令和4(2022)年8~9月に行われたアンケート調査によると、日本人の投資経験率は、暗号資産が9.3%、NFTが3.9%であった⁽³⁰⁾。

調査時点での暗号資産保有者の保有・取得の目的は、「長期投資目的」が約6割と最多であった。一方、調査時点でのNFT保有者の保有分野については、最大は「ゲーム関連」で約35%、次いで「メタバース関連」が約32%であった。一般に話題になった時期に特に注目された「コレクティブル」(主に保有や収集を目的とし、希少性に価値を持たせたNFT⁽³¹⁾) (約25%)や「スポーツ・エンターテインメント関連」(同)、「アート」(約21%)も2割を超えている。また、「ファッション」(約22%)のほか「実物資産」(約25%)も2割を超えている。

Ⅲ デジタルデータの相続等における扱いと課題

1 遺族等の関心・要望と実際上のアクセス障壁

相続とは、相続人(遺族等)が被相続人(故人)の財産に属した一切の権利義務を承継することをいう⁽³²⁾。財産とは、広く有形・無形の金銭的価値を有するものの総体をいう⁽³³⁾。相続は遺族等の重大な関心事項であるが、その一方で、遺品に対する遺族等の関心は相続のみにあるわけではない。遺品を前にした遺族等は、財産・債務、連絡すべき知人、場合によっては故人の生前の状況⁽³⁴⁾といった情報の調査をし、金銭的価値のほか思い出や思慕の念といった感情・情緒面での価値等を考慮した扱いの判断をしたいと考えるであろう。

故人が遺したものがデジタルデータであっても、これらは遺族等の関心事項である。オフラインのデジタル遺品の場合、遺族等の関心の範囲は同様と考えられる。

一方、オンラインのデジタル遺品の場合、これらに加えて、別の角度からの関心・要望も存在し得る。例えば、SNSのように生前の故人によるテキストや画像を閲覧でき、故人をめぐる交流の場であったものについては、前述の関心に加え、故人の追悼や場の乗っ取り・荒らしの回避といった関心に基づき、サービス提供者に対して、データの開示・保存・抹消、場としての保存・抹消などが要望され得る。

(28) 「Netflix、Huluなどの動画配信サービスを含む」(同上、p.5.)

(29) 「インターネットによる銀行・証券・保険取引など」(同上、p.5.)

(30) この文を含みこの項は、以下、別に注のない限り、次の資料に基づく。SBI金融経済研究所「「次世代金融に関する一般消費者の関心や利用度に関するアンケート調査」(「次世代金融アンケート調査」)結果」2022.12.27、p.6. <https://sbiferi.co.jp/assets/pdf/report/20221227_3.pdf>;「図表17 暗号資産の取得・保有目的、及びNFTの種類別保有割合」(SBI金融経済研究所「「次世代金融に関する一般消費者の関心や利用度に関するアンケート調査」結果 図表」2022.12.27. <https://sbiferi.co.jp/assets/pdf/report/20221227_4.pdf>

(31) 中島 前掲注(24)、p.30.

(32) 「民法」第896条本文「相続人は、相続開始の時から、被相続人の財産に属した一切の権利義務を承継する。」。なお、同条ただし書において、一身専属的な権利義務は、この限りでない旨規定している。

(33) 法令用語研究会編『有斐閣法律用語辞典 第5版』有斐閣、2020、p.438.

(34) 例えば、過労状況の有無、自死の原因や兆候の有無など、調査・確認したい事情が存在する可能性がある。

デジタルデータに関して遺族等がこうした関心・要望を実現しようとする場合、まず、存在の有無や所在が分かりにくいこと、また、調査をしようとしても、デジタル機器や各種サービスへのアクセスに際して、ID、パスワード⁽³⁵⁾などの個人認証の仕組みがあることが実際上の障壁となる可能性がある。

このような実際上のアクセス障壁については、例えば、ID、パスワードなどが本人死亡後に遺族等に伝わるよう、生前に何らかの手立てが講じられていれば回避できる。ただし、デジタルデータへのアクセスやデジタルデータの承継については、別途法的な問題があるため、それを考慮する必要がある。

2 相続等についての法的な実務等

(1) 相続等をめぐる実務

デジタルデータの相続について、日本では、明示的かつ統一的に定める法律は見当たらない⁽³⁶⁾。相続に関する法律実務はそうした中で行われており、一般にデジタルデータの相続について考える際には、所有権、著作権、権利の一身専属性の観点を中心に整理されることが多い。

ただし、暗号資産や経済的価値のある NFT の相続については特有の扱いがなされている。

また、ネット銀行の預金自体やネット証券で購入された有価証券自体の相続についても特有の扱いがなされている。

(i) 所有権、著作権と相続実務

「民法」(明治29年法律第89号)では、「所有権の内容」として「所有者は、法令の制限内において、自由にその所有物の使用、収益及び処分をする権利を有する。」(第206条)と規定され、「物」の定義として「この法律において「物」とは、有体物をいう。」(第85条)と規定されている。有体物とは、空間の一部を占めるもの、すなわち液体、気体、固体のいずれかである⁽³⁷⁾。デジタルデータは、有体物ではなく無体物であるため、「民法」の所有権の対象ではなく、所有権を相続することはできないと解されている⁽³⁸⁾。

他方、「著作権法」(昭和45年法律第48号)において、「著作物」(思想又は感情を創作的に表現したものであって、文芸、学術、美術又は音楽の範囲に属するもの(第2条第1項))の著作者は、「著作者人格権」(著作者だけが持つことができる権利であり、譲渡不可(第59条))及び「著作権」(財産的な利益を保護するもの。譲渡可能。(第61条第1項))を享有するとされる(第17条)。デジタルデータも、その表現に創作性があれば著作物として保護されると解される⁽³⁹⁾。そこで相続の場面においては、著作物の要件に該当するデジタルデータについては著作権を相続することになる。

ただし、データがサービス提供者側にある場合には、「著作権侵害を理由として、情報へのアクセスを求めることはできない」⁽⁴⁰⁾とされ、また、「著作権という権利から文書データ等の返

(35) ID、パスワードについては、前掲注(4)参照。

(36) 北川 前掲注(8), p.8; 湯浅壘道「故人のデジタルデータの扱い」『情報の科学と技術』71(11), 2021, p.491.

(37) 内田貴『民法1(総則・物権総論) 第4版』東京大学出版会, 2008, p.353.

(38) 北川 前掲注(8), pp.8-10; 伊勢田・古田 前掲注(3), p.22.

(39) 半田正夫「デジタル・ネットワーク社会と著作権: Q10 ホームページやブログは著作権で保護されるのでしょうか。」公益社団法人著作権情報センターウェブサイト <<https://www.cric.or.jp/qa/multimedia/>>

(40) 吉井和明「遺族によるウェブサービス上の故人のデータへのアクセスの可否」『情報ネットワーク・ローレビュー』13(2), 2014.10, p.84.

還・引渡請求権を導き出すことは難しいと考えられるなど、「著作権には」権利としての一定の限界が存在⁽⁴¹⁾するとされる（データがサービス提供者側にある場合の承継一般についてはⅢ2(1)(ii)参照）。

オフラインのデジタル遺品については、著作権の対象であるものに加え、それ以外のものも含めて、それが保存されているデジタル機器（有体物であるため所有権の対象であり、相続可能）の所有権の相続を通じて、各デジタル機器内に保存されているデータを事実上引き継ぐことは可能と考え得るとの見解がある⁽⁴²⁾。ただし、デジタル機器内にダウンロードされた電子書籍等については、利用契約（Ⅲ2(1)(ii)参照）の内容を確認すべきとされる⁽⁴³⁾。

(ii) 一身専属性、利用契約等と相続実務

相続においては、相続人は被相続人（故人）の財産に属した一切の権利義務を承継する（「民法」第896条）。ただし、故人の一身に専属したものは、この限りでない（同）。

一身専属権とは、特定の者のみが、行使し、又は享有することのできる権利をいう⁽⁴⁴⁾。相続関係で問題となる一身専属権は「帰属上の一身専属権」と呼ばれる「権利の帰属につき権利者の身分などと不可分の関係にあるもの」であり、相続の対象にならない。

サービス提供者との契約の下で故人が利用していたサービスについては、サービスの利用契約が故人の一身に専属したのか、相続可能であるかが問題となる⁽⁴⁵⁾。なお、契約については、「契約を結ぶかどうか」、結ぶとしても「誰と結ぶか」、「どのような契約内容にするか」について、当事者は自由に決めることができる⁽⁴⁶⁾。そのため、一身専属であるか、相続可能であるかは、同種のサービスであっても提供者が異なれば同じとは限らず、個々のサービスについて利用契約（利用規約⁽⁴⁷⁾など）を確認する必要がある。

なお、「消費者契約法」（平成12年法律第61号）において、消費者契約の条項について、消費者の利益を一方的に害する条項の無効が規定されており（第10条）、また、「民法」でも、定型約款について、信義則に反して顧客の利益を一方的に害する不当な条項は契約内容にはならない（第548条の2第2項）とされている⁽⁴⁸⁾。そのため、利用契約（利用規約）の内容によっては、消費者契約法等による規約の修正の可能性もあり得、また、合理性を欠く条項として無効等の主張も検討され得るとされる⁽⁴⁹⁾。

(41) 北川 前掲注(8), pp.12-13, 111-112, 152-153.

(42) 伊勢田・古田 前掲注(3), pp.19, 22-23; 北川 同上, p.13.

(43) 伊勢田・古田 同上, p.115; 北川 同上, pp.5-6, 135-137.

(44) この文及びこの次の文は、次の資料に基づく。法令用語研究会編 前掲注(33), p.28.

(45) 「アカウントの一身専属性を規定した場合でも、記載内容によっては、帰属上の一身専属性を認められないこともあり得る」（吉井 前掲注(40), p.77.）という指摘や、アカウントの「第三者への譲渡禁止規定をもって直ちに相続も不可という解釈にはならないと考えられる」（北川祥一「デジタル遺産に関する相続関連実務」『月報司法書士』587号, 2021.1, p.26.）という指摘がある。

(46) 法教育推進協議会『18歳を迎える君へ—契約について学ぼう—』（法教育リーフレット）2021.11改訂, p.3. 法務省ウェブサイト <<https://www.moj.go.jp/content/001378701.pdf>>

(47) インターネットを介したサービスの利用規約は定型約款（不特定多数の顧客を相手方として取引を行う事業者などがあらかじめ定めた詳細な契約条項）であることが多い。定型約款は、①当事者の間で定型約款を契約の内容とする旨の合意があった場合、又は、②取引を実際に行う際に、定型約款を契約の内容とする旨を顧客に「表示」していた場合に、契約の内容となる（「民法」第548条の2第1項）。法務省民事局参事官室「売買、消費貸借、定型約款などの契約に関するルールの見直し」2019.2, pp.9-10. <<https://www.moj.go.jp/content/001399958.pdf>>

(48) 同上, p.10. ほかに、「民法」に「公の秩序又は善良の風俗に反する法律行為は、無効とする。」（第90条）との規定もある。

(49) 北川 前掲注(8), pp.73-75, 116-117, 161-162, 188-193.

他方、サービス提供者によっては、通常時における第三者によるログインやアカウント譲渡等の可否の問題とは切り離して、利用者死亡時において遺族等の関心・要望を実現できる手段を別途用意している。例えば、Metaが提供するFacebookやInstagramは、利用者の死亡を伝えて「追悼アカウント」⁵⁰⁾化やアカウント削除をリクエストできる⁵¹⁾。また、Appleは、故人のApple IDやその保管データへのアクセス又は削除を申請できる仕組みを用意している⁵²⁾。

(iii) 暗号資産・NFT

(a) 暗号資産

暗号資産は、デジタルデータであって有体物ではないため、「民法」の所有権の対象として考えにくい(Ⅲ2(1)(i)参照)。

その一方で、暗号資産は、財産的価値である(「資金決済に関する法律」第2条第14項)。相続により財産を取得した者は相続税を納める義務がある(「相続税法」(昭和25年法律第73号)第1条の3)。国税庁は、被相続人等から暗号資産を相続により取得した場合には相続税が課税されるとしており、暗号資産を相続されるものとして扱っている⁵³⁾。

秘密鍵が日本の暗号資産交換業者の取引所に保管されている場合の暗号資産の相続については、業者名を特定できれば相続手続が可能であるとされる⁵⁴⁾。

(b) NFT

NFTは、デジタルデータであって(またNFTに紐付けられたものがデジタルデータであればそれも)有体物ではないため、「民法」の所有権の対象として考えにくい(Ⅲ2(1)(i)参照)。NFTを購入した場合のそのほかの権利については、業界団体によると、「NFTを購入しても、通常、NFTに紐付けられたコンテンツの著作権、肖像権、パブリシティ権、商標権等の権利が移転するのではなく、利用許諾契約等に基づいた利用権が付与される」という⁵⁵⁾。

相続に関しては、国税庁は、「経済的価値のあるNFT」を相続により取得した場合は、「その内容や性質、取引実態等を勘案し、その価額を個別に評価した上で」、相続税が課されるとしており、「経済的価値のあるNFT」を相続されるものとして扱っている⁵⁶⁾。

50) 「追悼アカウント」は、友人や家族が故人の思い出をシェアするための場所。「追悼アカウント」化すると、他のユーザーによるログインを防いで、情報の安全を確保できるとされる。「亡くなった利用者や、追悼アカウントにする必要があるFacebookアカウントを報告する」Facebookウェブサイト<<https://ja-jp.facebook.com/help/150486848354038>>

51) 同上;「亡くなった家族のFacebookアカウントについて削除をリクエストする」Facebookウェブサイト<<https://ja-jp.facebook.com/help/1518259735093203>>;「亡くなった方のInstagramアカウントを報告する」同<<https://ja-jp.facebook.com/help/instagram/264154560391256>>

52) 「亡くなったご家族のAppleアカウントへのアクセスを申請する方法」Appleサポートウェブサイト<<https://support.apple.com/ja-jp/HT208510>>

53) 国税庁「暗号資産に関する税務上の取扱いについて(FAQ)」2018.11(2023.12最終改定)、p.53.<https://www.nta.go.jp/publication/pamph/pdf/virtual_currency_faq_03.pdf>;「残高証明書等を活用した仮想通貨残高に係る相続税申告手続の簡便化(イメージ)」[2018.11]. 国税庁ウェブサイト<<https://www.nta.go.jp/information/release/kokuzeicho/2018/faq/pdf/03.pdf>>

54) 伊勢田・古田 前掲注(3), pp.137-138.

55) 三菱UFJリサーチ&コンサルティング「NFTの動向整理」(第45回インターネット消費者取引連絡会 資料1) 2022.6.23, p.13. 消費者庁ウェブサイト<https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/caution/internet/assets/internet_committee_220715_08.pdf> 権利関係に関して本稿ではこれ以上踏み込まないが、所有権等の権利関係を含め、NFTのコンテンツホルダーや消費者の保護等に関しては、例えば、雨宮卓史「NFTの動向と課題—コンテンツホルダー保護と消費者保護を中心に—」『調査と情報—ISSUE BRIEF—』No.1232, 2023.4.4.<<https://doi.org/10.11501/12767935>>を参照されたい。

56) 国税庁 前掲注(23), p.14.

(iv) ネット銀行の預金・ネット証券会社で購入された有価証券

インターネットを介して利用されるサービス関連で相続に際し最も関心が高いものの一つは、ネット銀行の預金やネット証券会社で購入された有価証券であろう。

このような金融機関関係のものについては、「亡くなられた方が取引をされていた金融機関がわかるという前提ではございますけれども、金融機関へ問合せを行っていただければ、亡くなられた方のIDとかパスワードがわからない場合であっても、その方の資産の状況ですとかは把握でき」、「具体的な手続は金融機関によって異なるが」、「例えば被相続人の資産を相続人口座に移管していただいて処分」されるという⁵⁷⁾。

(2) 本人の意思をめぐる実務

本稿はここまで、主に遺族等の観点で記述してきた。しかし、故人本人にも生前の意思が存在し得る。本人としてはプライバシーの保護や望まぬデータ利用の回避などの関心に基づき、死後のデータの消去や非公開化などを要望することがあり得るし、そのために実効性のある意思表示をしておきたいと要望することもあり得る。また、最近ではSNS等の情報に基づいていわゆる「AIクローン」、「デジタルクローン」を作る技術⁵⁸⁾の存在も知られることから、今後は、望まぬデータ利用を回避したいとの思いの中に、死後に自身の「クローン」的なものを作成されたくないという思いも含まれるようになるかもしれない。

こうした要望の実現のためには、遺言への付言事項⁵⁹⁾としての記載、デジタルデータの処分等の実行を「負担」とした負担付遺産分割方法の指定や負担付遺贈を行うことが考えられ得るが、これらには「任意に実行されない可能性や遺贈放棄・相続放棄の可能性があり、実効性に限界がある」とされる⁶⁰⁾。遺言への記載以外の方法としては、デジタルデータの処分等を特定の人物に委任する死後事務委任契約の締結、民事信託の活用のほか、パソコン内のデータを消去するソフトウェアの利用等も選択肢とされる⁶¹⁾。

他方、サービス提供者によっては、本人死亡後のアカウントの扱いについてあらかじめ本人が設定できる手段を提供している。例えば、Metaが提供するFacebookの利用者は、自らの死後に「追悼アカウント」にするかアカウントを完全削除するかあらかじめ設定しておくことができる⁶²⁾。また、Googleが提供する電子メール（メールはGoogleのサーバに蓄積される。）やクラウドストレージ、YouTube等のサービスの利用者は「アカウント無効化管理ツール」を用いて、利用されなくなったアカウントをGoogleが無効とみなすタイミングや、データをGoogleが削除するか自らが指定した者がダウンロードできるようにするか等を、決めておく

57) 金融庁監督局長の国会答弁（第201回国会衆議院財務金融委員会議録第1号 令和2年1月28日 p.15. <<https://kokkai.ndl.go.jp/minutes/api/v1/detailPDF/img/120104376X00120200128>>）

58) 「10秒間の声・顔動画＋SNS投稿の文章→AIクローン作製」『朝日新聞』2023.7.5; 「死後のデータ活用 ルール整備を」『日本経済新聞』2023.5.16.

59) 遺言については、法律に明記され法的効力を有する事項（法定遺言事項）が特定されており、死後のデジタルデータの処分等は法定遺言事項に当たらない。「付言事項」は、遺言中に記載された法定遺言事項以外の事項であって、公序良俗に反するものでない限り基本的に内容について制約はないが、法的な効果は生じない。東京弁護士会法友全期会編著『どの段階で何を？業務の流れでわかる！遺言執行業務 第2版』第一法規，2023，pp.82-107.

60) 北川祥一「デジタル遺産への備え」『JA金融法務』624号，2022.6，p.16.

61) 同上；北川 前掲注(8)，pp.39-47.

62) 「亡くなられた場合にFacebookアカウントがどうなるかについて」Facebookウェブサイト <<https://ja-jp.facebook.com/help/103897939701143/>>

ことができる⁶³⁾。Apple のサービスの利用者は、Apple アカウントのデータに対して自らの死後にアクセスできる者として、「故人アカウント管理連絡先」を選択しておくことができる⁶⁴⁾。

3 遺族等によるアクセス等をめぐる課題と米国における故人のデジタルデータの開示等

ここでは、遺族等による故人のデジタルデータへのアクセスをめぐる課題を述べ、こうした問題と関連性のある米国の統一州法について紹介する。

(1) 遺族等による故人のデジタルデータへのアクセスをめぐる課題

遺族等の立場からは、サービス提供者が介在するデジタルデータへのアクセスを望む場合、承継による相続や、それが難しいときにはサービス提供者に対する引渡請求を行うことが考えられるであろう。また、公開範囲が限定されているものを見たいとき等には開示請求を行うことも考えられるであろう。しかし、これらをめぐっては、「オンライン上の各種アカウントの承継の可否、それらアカウントに紐付いたデジタルデータの引渡請求（データへのアクセス）の可否についての不透明性等」が存在すると指摘されている⁶⁵⁾。この問題については特に SNS に関して研究されている。

SNS について日本の現行法の枠組みにおいて検討する場合、遺族等による承継や引渡し等の請求が認められるか否かは、「契約（規約）の解釈、その他デジタルデータの引渡請求を基礎づける法的根拠に関する考え次第で結論が異なり得る」⁶⁶⁾という。また、「裁判上の手続きによらず、利用者の遺族が SNS 上の故人の情報に全面的にアクセスすることは困難を伴うが、個々の事案によっては、可能なケースもあり得、また部分的にアクセス可能な部分もある」⁶⁷⁾とした研究もある。

他方、近年、アカウントの扱いを本人が事前設定できるツールをサービス提供者が提供する動きが広まっている（Ⅲ 2 (2) 参照）。このツールを使って本人が意思を遺した場合には、本人の意思が遺族等の要望と矛盾したときに、サービス提供者は遺族等の要望を拒否できるであろうか。これもまた、契約としてどう解釈できるかによるのであろうか。また、こうしたツールによって遺された意思と遺言等との間に整合が取れない部分があった場合、どうなるのであろうか。

さらに、こうした場合に限らず、サービス提供者は、開示をするときにはどこまで対応すべきかなども、課題となり得よう。

(2) 米国における故人のデジタルデータの開示等の扱いと日本の状況への示唆

米国は、デジタルデータの承継問題への法的対応が早かったことで知られる。2015年に策定された統一州法「改正デジタル資産受認者アクセス統一法（Revised Uniform Fiduciary Access

63) 「Google は皆さんが使わなくなったアカウントも保護しています」2021.11.16. Google Developers ウェブサイト <<https://developers-jp.googleblog.com/2021/11/account-security.html>>; 「アカウント無効化管理ツールについて」Google アカウントヘルプウェブサイト <<https://support.google.com/accounts/answer/3036546?hl=ja>>

64) 「Apple ID の故人アカウント管理連絡先を追加する方法」Apple サポートウェブサイト <<https://support.apple.com/ja-jp/HT212360>> なお、故人アカウント管理連絡先によるアクセス申請が承認された日から3年を過ぎると、故人のアカウントは完全に削除される（同）。

65) 北川 前掲注(60), p.14.

66) 同上, pp.14-15; 吉井 前掲注(40), pp.78-81.

67) 吉井 同上, pp.73-86, 89.

to Digital Assets Act (2015): RUFADAA)」は多くの州で採択されている⁶⁸⁾。同法には「デジタル資産 (digital assets)」⁶⁹⁾の開示 (disclosure)・非開示をめぐる事項等の規定も盛り込まれている。なお、同法にいう開示には、「アカウント (account)」⁷⁰⁾へのアクセスやデータの写しの提供が含まれる (Ⅲ 3 (2) (i) (d) 参照)。ここでは、同法のうちの、目的、デジタル資産の開示・非開示の指示の優先順、利用者死亡時に開示が行われる場合、開示方法、アカウント解約に関する規定の概要と、日本の状況への示唆をまとめる。

なお、米国の相続の仕組みは日本と異なることに注意が必要である。米国では、遺言相続又は無遺言相続が行われる場合、ほとんどの州では遺産管理の全過程を裁判所が管轄し、裁判所によって選任された「人格代表者 (personal representative)」が、信託義務を負って、遺産の目録作成、財産の収集、債権者への弁済や税金の支払等をなし、最終的に残った遺産の分配を行う⁷¹⁾。

(i) 米国の統一州法「改正デジタル資産受認者アクセス統一法」(RUFADAA)

(a) 目的

RUFADAA の目的は、サービスの利用者の死亡時・無能力 (incapacity) 時に、①人格代表者等の「受認者 (fiduciaries)」⁷²⁾に対し、可能な限り、有形資産・金融口座を管理するのと同じ方法でデジタル資産及び電子通信を管理する法的権限を与えること、及び、②デジタル資産及び電子通信の「管理者 (custodians)」⁷³⁾に対し、個人的通信のプライバシーについての利用者の合理的期待を尊重しつつ、受認者に対処する法的権限を与えることである (序文)。同法が全

68) 統一州法は、州法の統制を図るため、各州に採択を推奨する目的で策定される。RUFADAA は、州政府等により任命された各州の代表等で構成された統一州法委員会 (Uniform Law Commission: ULC) によって 2015 年に策定されたものであり、これを受けて 45 の州、コロンビア特別区及びバージン諸島において州法等として制定されている (“About Us.” Uniform Law Commission Website <<https://www.uniformlaws.org/aboutulc/overview>>; “Fiduciary Access to Digital Assets Act, Revised: Enactment history.” *ibid.* <<https://www.uniformlaws.org/committees/community-home?CommunityKey=f7237fc4-74c2-4728-81c6-b39a91ecdf22>>)。本稿における RUFADAA の序文、条文及び条文中に付されている「コメント」は、*Revised Uniform Fiduciary Access to Digital Assets Act (2015)*, March 8, 2016. *ibid.* <<https://www.uniformlaws.org/HigherLogic/System/DownloadDocumentFile.ashx?DocumentFileKey=112ab648-b257-97f2-48c2-61fe109a0b33&forceDialog=1>> に基づく。なお、改正前の統一州法の解説や RUFADAA の策定に至る経緯、議論、解説等を含め、利用者の死亡時に、誰が、いかなる条件の下で、アカウント内のデジタル情報にアクセスできるのかに関する米国の状況を紹介・検討した論文として、加毛明「アメリカ法における被相続人のデジタル情報に対する人格代表者のアクセス」岡本裕樹ほか編『民法学の継承と展開—中田裕康先生古稀記念—』有斐閣, 2021, pp.921-967 がある。

69) 同法において「デジタル資産 (digital assets)」とは、個人が権利又は利権 (right or interest) を有する電子記録をいう。この用語は、資産自体又は負債自体が電子記録でない限り、原資産又は原負債 (underlying asset or liability) を含まない。例えば、オンライン銀行口座内の資金は、原資産であり、デジタル資産には含まれない。デジタル資産の例には、利用者のデジタル機器に格納された情報、ウェブサイトへアップロードされたコンテンツ、デジタル財産 (digital property) における権利がある。また、電子通信のカタログ (利用者の電子通信の相手者を特定する情報、通信日時、通信相手のアドレスをいう。) 又は内容の記録を含む。(RUFADAA 第 2 条 (4)、(10) 及びコメント)

70) 同法において「アカウント (account)」とは、管理者 (後掲注73参照) が、利用者のデジタル資産を、電子通信する、維持する、処理する、受理する、若しくは、保管する、又は、利用者に商品若しくはサービスを提供する、サービス利用規約に基づく取決めを意味する (RUFADAA 第 2 条 (1) 及び (3))。

71) 常岡史子「第 4 部アメリカ法」公益社団法人商事法務研究会『各国の相続法制に関する調査研究業務報告書』2014.10, pp.84-87. 法務省ウェブサイト <<https://www.moj.go.jp/content/001128517.pdf>> なお、遺言・無遺言相続以外の手段によって財産を移転する方法もある (同, pp.84-86)。

72) 「受認者 (fiduciary)」とは、人格代表者、代理人 (agent)、管財人 (trustee) 等をいう (RUFADAA 第 2 条 (14))。

73) 「管理者 (custodian)」とは、利用者のデジタル資産を、電子通信する、維持する、処理する、受理する、又は保管する者をいう (RUFADAA 第 2 条 (3) 及び (8))。

体として目指すところ（general goal）は、利用者のプライバシー及び意思を尊重しつつ、受認者によるアクセス及び管理者による開示を容易にすることである（同）。

(b) 開示・非開示をめぐる指示の優先順

利用者死亡時・無能力時におけるデジタル資産の開示・非開示の指示で最優先されるのは、「オンラインツール」を使って利用者が表明した、自らが指定した「指定受取人（designated recipient）」への開示又は非開示の意思である（第4条(a)及び第2条(9)。「オンラインツール」とは、管理者が提供する電子サービスであって、利用規約とは別の契約において、利用者がデジタル資産の第三者への開示又は非開示の指示を提供できるものをいう（第2条(16)）。これが最優先であるのは、デジタル資産を特定して利用者の意思を最も明確に示すものであるためとされる（第4条コメント）。

利用者が「オンラインツール」を使用していない場合、又は管理者が「オンラインツール」を提供していない場合には、利用者は、遺言、信託、委任状等において、利用者のデジタル資産の一部又は全部の受認者への開示を許可又は禁止することができる（同条(b)）。

同条(a)又は(b)に基づく利用者の指示がない場合は、アカウントを管理する利用規約が適用される（同条(c)及びコメント）。

(c) 死亡した利用者のデジタル資産の開示が行われる場合

死亡した利用者のデジタル資産の開示には、人格代表者が、同法に定められた文書等を管理者に提出することが必要とされている（第7条及び第8条）。

開示が行われるのは、「電子通信の内容」については、死亡した利用者の同意がある場合又は裁判所が開示を指示した場合である（第7条）。一方、「電子通信の内容以外」については、死亡した利用者がデジタル資産の開示を禁止した場合又は裁判所が別に指示をした場合を除いて、開示するものとされている（第8条）。

(d) 管理者による開示方法

管理者は、受認者・指定受取人に対するデジタル資産の開示方法について、自らの裁量により、①アカウントへの完全なアクセスの許可、②受認者・指定受取人の業務遂行に十分な、アカウントへの部分的なアクセスの許可、③デジタル資産の記録（管理者が開示請求を受け取った日に、利用者が生存し、完全に能力を有してアカウントにアクセスできる状態であったと仮定した場合に、利用者がアクセスできたもの）の写しの提供という三つの方法の中から選択できる（第6条(a)及びコメント）。

管理者は、開示費用として、合理的な管理手数料を課すことができる（同条(b)）。

管理者は、利用者によって削除済みのデジタル資産は開示する必要はない（同条(c)）。

また、要求がデジタル資産の選別を要するもので、選別に過度の負担がかかる場合には、管理者は開示を拒否することができ、管理者又は受認者は開示方法について裁判所の命令を求めることができる（同条(d)及びコメント）。

(e) アカウントの解約

受認者は、管理者に対し、利用者のアカウントを解約する（terminate）ことを請求できる（第15条(g)）。この請求には同法に定められた文書等の管理者への提出が必要である（同）。

管理者は、アカウントの解約に必要な場合、受認者に対し、アカウント内の情報を開示できる（同条(f)）。

(ii) 日本の状況に対する示唆等

RUFADAA は、「デジタル資産の所有者の意思尊重を基本とする趣旨の法」⁽⁷⁴⁾であると評される。他方、「その規律の内容において、利用者の期待の尊重よりも、事業者の利益保護を重視するもの」⁽⁷⁵⁾との評もある。

日本の状況への示唆としては、米国では「一定以上の遺産がある場合、自分の死後にそれをどうするかをプランニングすることが普通になされる」⁽⁷⁶⁾のに対し、日本では「デジタル資産以前に通常の資産についてもプランニングによる紛争予防が行われ」ていないとの認識から、デジタル資産についての米国のような法制化とそれを契機としたプランニング意識の強化を期待する見方もある⁽⁷⁷⁾。

他方、米国では相続の場面で裁判所が重要な役割を担う点で日本との差異が際立っており、「日本法のもとで一立法論も含めて一デジタル情報の開示の可否を事前に審査する司法手続を構想することには困難が伴う」とし、日本法においては、利用規約がより重要な意義を有するとする見解もある⁽⁷⁸⁾。この見解の下、利用規約に関しては、デジタルデータへの相続人や遺言執行者のアクセスを禁止・制限する利用規約の条項の効力についてのより細やかな検討や、利用規約に加えて RUFADAA の「オンラインツール」に相当する方法の用意の検討が行われるべきこと、また、有望な方法として、「実務家・研究者が望ましい利用規約の在り方について議論を蓄積し、それを踏まえて、事業者団体がモデル規約などを作成することにより、利用規約の合理性を確保すること」が考えられるとの指摘がある。

おわりに

デジタルデータの相続については、日本では明示的かつ統一的に定める法律が見当たらない中で実務が行われていることもあって、分かりにくさがあることは否めない。

本人が個人の立場でできることは、現状では、利用規約を十分理解した上で契約することやアカウントの扱いを本人が事前設定できるツールの利用を検討することを含め、事前準備を意識すること程度にとどまろう。

デジタルデータは日々生み出され蓄積されている。デジタルデータの相続等をめぐる分かりにくさや不透明とされる部分を一気に解決するような手立ては考えにくいにして、日本の状況に合ったより良い在り方については、関係者や有識者による議論が引き続き求められよう。

(もりた のりこ)

(74) 樋口範雄「デジタル資産の承継とアメリカ法」『武蔵野法学』16号, 2021, p.117.

(75) 加毛 前掲注(68), p.964.

(76) 樋口 前掲注(74), p.134.

(77) 同上, p.115.

(78) この文を含みこの段落については次の資料に基づく。加毛 前掲注(68), pp.964-966.