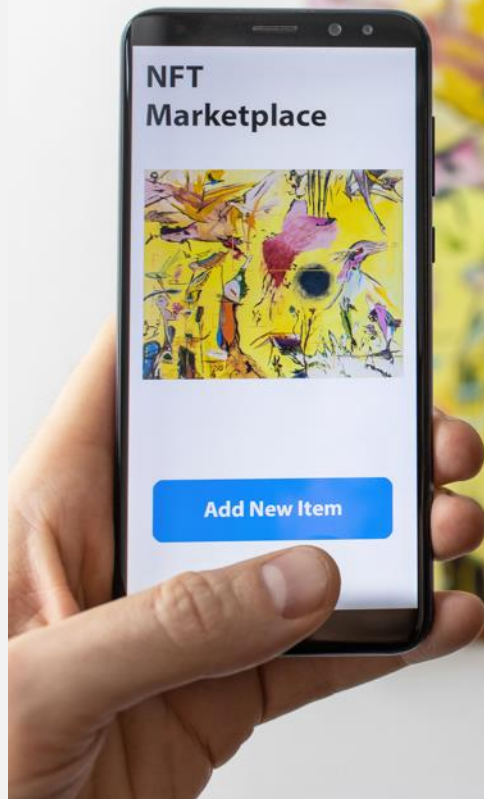


KDDI総合研究所 R&A | 2022年9月号

NFTに体験価値を

Web3、メタバース時代に向けた布石

KDDI総合研究所
KDDI research atelier
シンクタンク部門事業環境リサーチG
沖 賢太郎



写真：Adobe Stock

INDEX

- P 03 **NFTに体験価値を**
- P 04 **NFTの概要と課題**
- P 08 **NFTの体験価値向上策は3パターン**
- P 09 **① NFTを起点にリアルなモノ・コトへ**
- P 16 **② リアルなモノ・コトを起点にNFTを提供**
- P 19 **③ NFTから別のデジタルに展開**
- P 21 **まとめと展望**



NFTに 体験価値を

NFT (Non-Fungible Token) によって「デジタルな一点モノ」が可能になった。これまで値段がつきづらかったデジタルアートにも億を超える額ががつくようになったのは、NFTの功績だ。一方、NFTはデジタルで仮想的なものゆえ、体験価値には課題がある。体験価値よりも投機的価値によって売られているというのがNFTの現状だ。そ

の中でリアルなモノやコトと組み合わせることで、体験価値を高める試みが出てきている。このような価値づくりは、投機筋以外へのサービス拡大や、メタバースが普及した際の施策としても不可欠になっていくのではない。現在の事例をまとめ、今後の展望を考える。

NFTの概要と課題

デジタルな世界での革命と、デジタル所以の限定的な体験価値

NFTとは

デジタルな一点モノを実現できる トークン

ブロックチェーンをベースにした非代替性トークン（Non-Fungible Token）。デジタル上での資産の鑑定書や所有証明書としての役割を持っており、デジタルアート、アバター向けファッションアイテム、ゲーム内のデジタルアイテムなどの唯一性（非代替性）を担保できる。ただしコンテンツのコピーを防ぐものではなく、コンテンツが真作・オリジナルであることを証明するものである。

NFTの課題は

課題は多いが今回着目するのは 「体験価値の向上」

NFTは発展途上にあるため、相互運用性など課題も多い。本レポートで着目するのは「体験価値」。例えば、一点モノのデジタルアートを購入しても現物アートとは異なり、満足いく形で展示や他人への披露は難しい。NFTを普及させていくには、デジタルデータの唯一性と所有権を保証するだけでなく、所有者の体験価値を高めるサービス設計が重要となるだろう。

NFT基礎1：NFTは証明書

NFTアート作品 = NFT(証明書) + デジタルアート作品

例：NFTアート作品の場合



対象のデジタルアートが唯一無二の本物・オリジナルであることを証明。作品の所有者も証明。

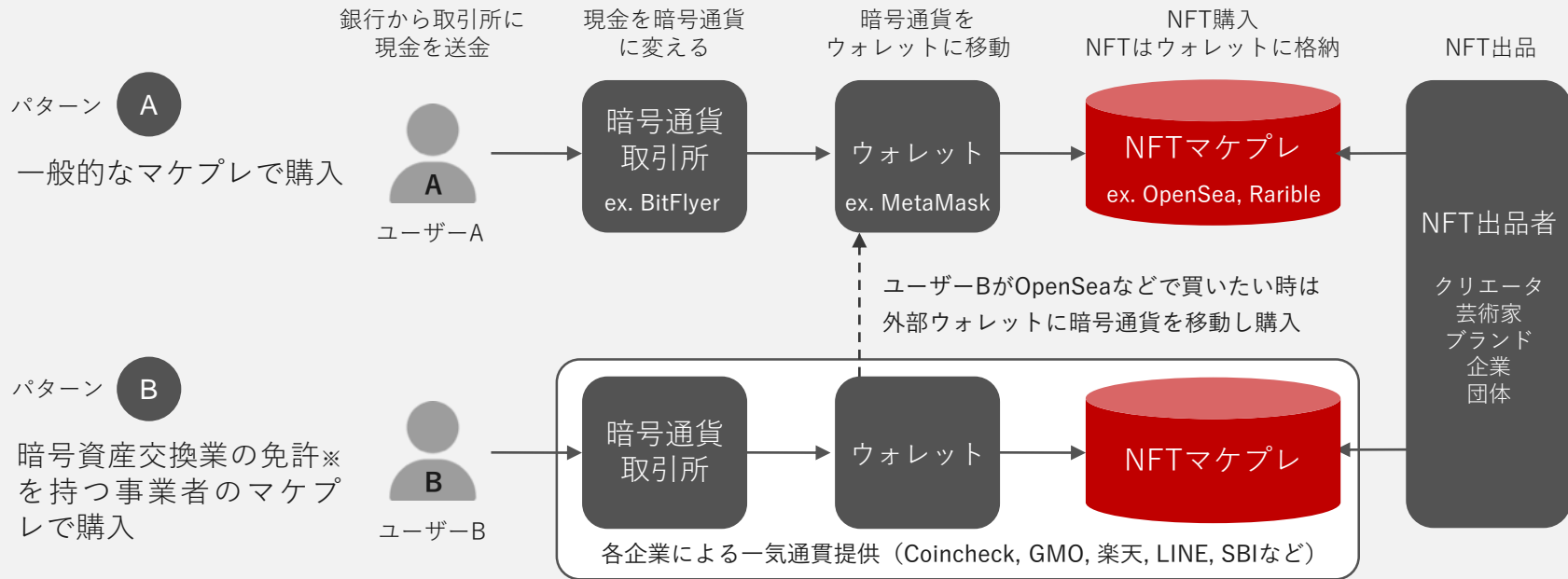
作品自体はNFTではない。JPEGなどの一般的なデジタルデータであり、ブロックチェーン上には乗らない。複製も可能。



デジタルアート自体は複製可能。複製されてもNFTが本物を担保し、その所有者も特定できる。

NFT基礎2：一般的なNFTの買い方

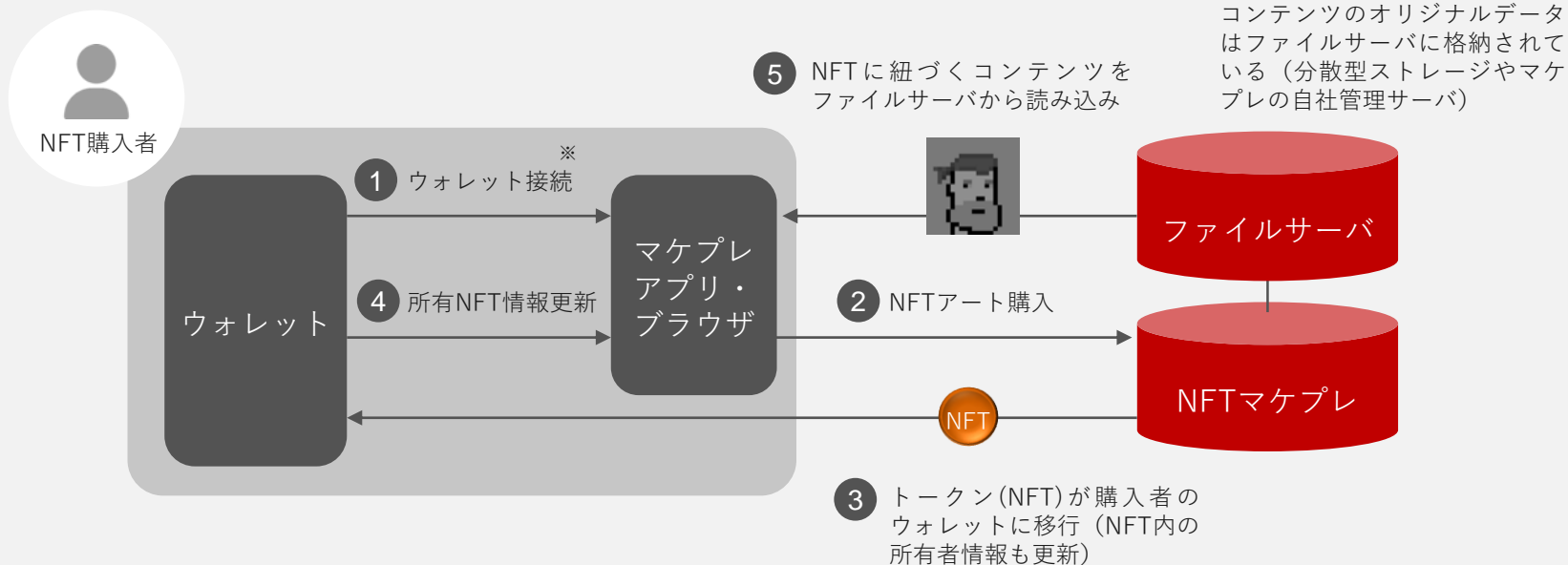
主な購入パターンは2つ



※免許を持つ企業は暗号通貨の取引所を運営でき、顧客のウォレットを預かることができるため、一気通貫でNFTサービスを提供できる。

NFT基礎3：NFT購入時のデータの動き

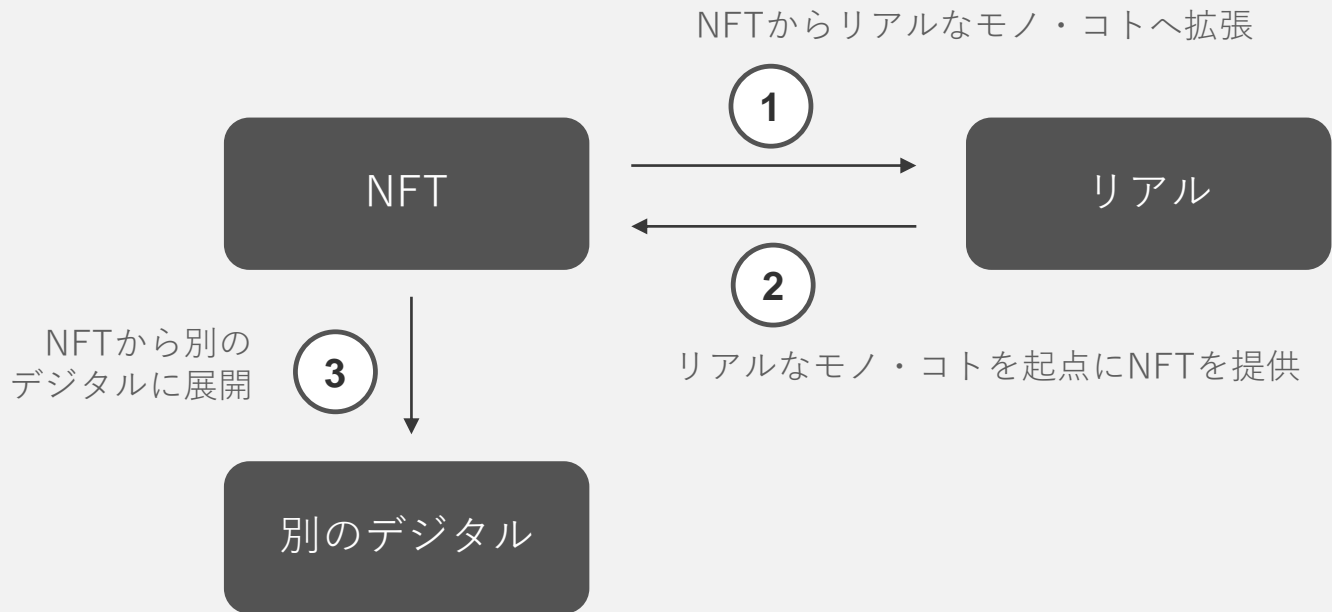
トークン(NFT)はウォレットに入る、コンテンツファイルはサーバから読み込む



※ ウォレット接続が必要なのは前ページのパターンAの場合。一社提供であるパターンBの場合は最初から接続済のためこのプロセスは不要。

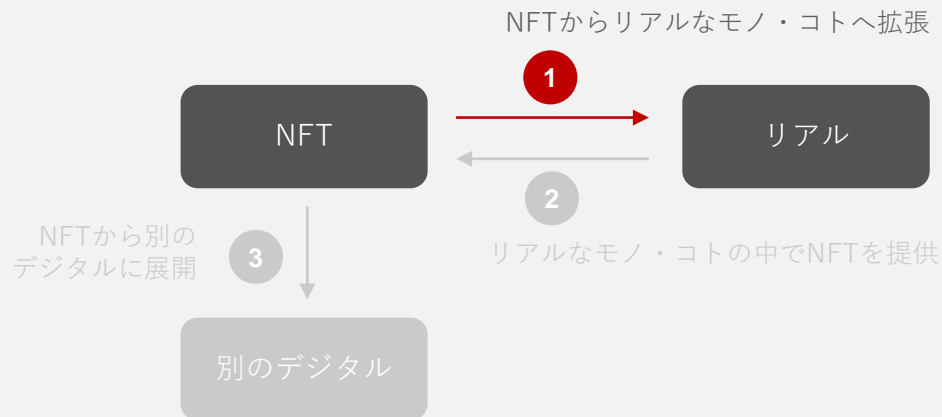
NFTの体験価値向上策は3パターン

体験価値向上のためにNFTをリアルなモノやコトなどと紐付ける取り組みが出てきている



パターン①

NFTを起点にリアルなモノ・コトへ



NFT + リアルなモノ

NFT購入者にリアルコマースやプレミアムなおまけを提供

1

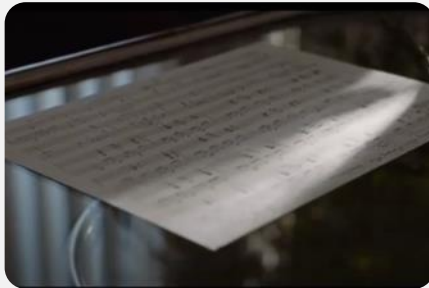
NFTスニーカー +
リアルスニーカー



バーチャルファッションの米RTFKTが希望するNFTスニーカー購入者に、リアルスニーカーも提供。NIKEがRTFKTを買収(2021.12)。

2

NFT楽譜 +
リアル楽譜の入札権



坂本龍一が楽曲のメロディーを分割して595個のNFTを発行(2021.12)。本物の楽譜のオークション参加権が付帯。オークションは3,000万円で落札。

3

NFTムービー +
役者の直筆サイン



メタバース上で演じられた「META歌舞伎 Genji Memories」の映像データをNFT化。購入者には役者の直筆サインを提供。12個(計12万円)が落札。

NFT + リアルなモノ

NFT購入者にリアルコマースやプレミアムなおまけを提供

4

NFTムービー +
サインボール



横浜DeNAベイスターズのNFTムービーサービス「Play Back 9」。キャンペーンとして購入者に選手のサインボールを抽選で提供(2022.03)。

5

NFTアート +
F1車のパーツ



メルセデスによるマイアミGPをテーマにしたNFTアート(2022.04)。落札者には、ルイスハミルトンらが実際に乗るF1マシンのリアウイングを提供。

6

NFTアート +
Sony製のSRD※



ソニーが自社製SRDと互換性を持つ3D NFTアートを発行(2022.05)。購入者にはSRD(店頭価格50万円前後)を特典として提供。

NFT + リアルなコト

NFTにリアルな体験の権利を付与、会員証やチケット、VIP体験も

1 NFT+ VIPコンサート体験



米ダラス交響楽団。特典つきチケットとしてNFT発行(10万ドル)、VIPチケットを50万ドルから競売(航空券、宿泊、メンバーと夕食)。

2 NFT+ VIP旅行の会員券



香Tiger Being。NFTが同社サービスの会員権にもなる。特典は高級ホテル、プライベートヨットの利用、限定パーティへの参加など。

3 NFT+ コミュニティ参加権



伊D&Gのコミュニティ参加チケットとしてNFT発行(2022.02)。レアリティ※によってリアルグッズの提供やリアルイベントへの招待などがある。

※ レアリティ：希少性。NFTでは段階的に複数のレアリティを設けてそれに応じた特典を提供することが多い

NFT + リアルなコト

NFTにリアルな体験の権利を付与、会員証やチケット、VIP体験も

4

NFT+
映画出演権



アンソニー・ホプキンス主演映画でNFT導入(2021.09)。NFT購入で映画視聴。プレミアムNFTには映画出演権つき。20ETH(約500万円)で落札。

5

NFTクラファン+
応援&収益配当



映画監督の橋本一が「さかさまのくに」の制作のために受益権つきNFTを競売(2021.06)。1ETH(25万円)で落札。興行収益の一部を受け取れる。

6

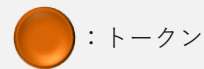
NFT+
カンヌ映画祭参加



カンヌ映画祭が招待券付きNFTを3種類、計75個を発行(2022.05)。価格は5~7ETH(125~175万円)。プレミアム上映やVIPパーティなどの特典。

NFT + リアルなコト

NFTにリアルな体験の権利を付与、稼げるモデル～Move to Earn



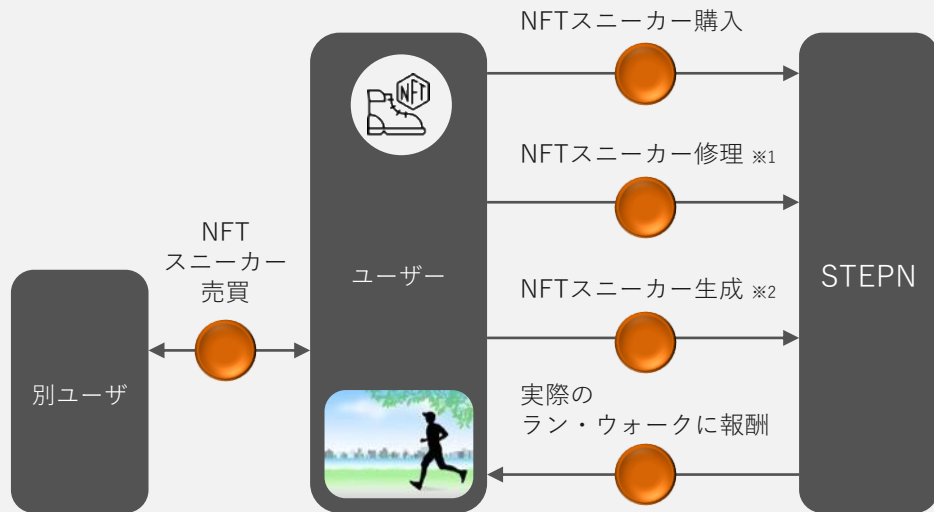
: トークン

7

NFTスニーカー+
実際のラン・ウォークで稼ぐ



STEPN (ステップン)。NFTスニーカーを購入すると、実際のラン・ウォークでトークンがもらえる。トークンは法定通貨に替えられる。

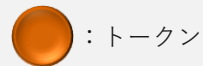


※1 NFTスニーカーは使用度に応じて修理が必要となる

※2 所有スニーカーから新たなスニーカーを生成可能

NFT + リアルなコト

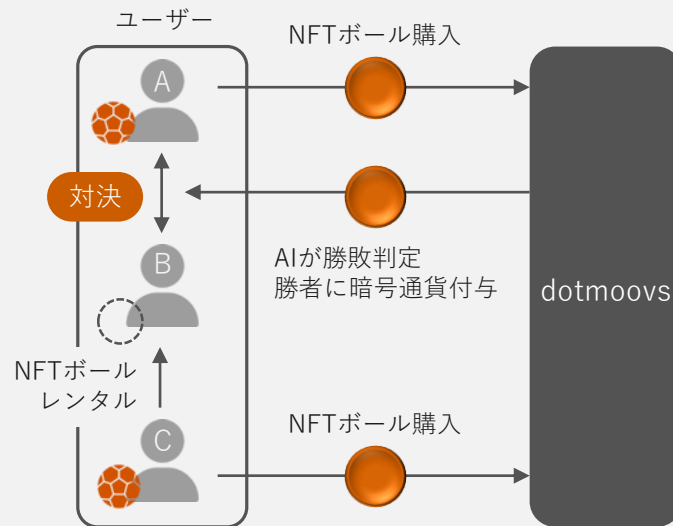
NFTにリアルな体験の権利を付与、稼げるモデル～Move to Earn



8 NFTボール + リフティング対決で稼ぐ

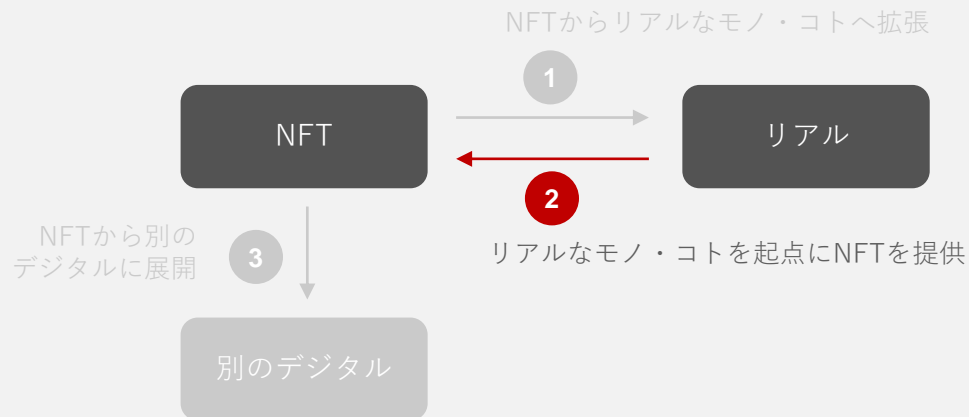


dotmoovs (ドットムーブス)。リフティングやダンスを1対1で競う。対決の勝者に暗号通貨を付与。リフティング対決の場合、出場にはNFTボールが必要(購入したものか、借りたもの)。NFTボールを借りて勝った場合、獲得トークンを勝者とNFTボール所有者でシェア。NFTボールは”勝ち”の数が増えると希少性も増す。NFTボールは売買可能。



パターン②

リアルなモノ・コトを起点にNFTを提供



リアルなモノ + NFT

商品購入者に限定NFTを配布

1

腕時計購入者に
NFT配布



時計ブランドウブロが2021年に発売した村上隆とのコラボモデルのオーナーに、NFTアートを無償配布(2022.04)。NFTも村上隆とのコラボ。

2

出版物に
NFT付加



メディアドゥとトーハンによるNFT特典つき写真集など(2021.09)。特典はアイドルの限定トレカ、メッセージ動画、フォトなど。

リアルなコト + NFT

イベント来場者に限定NFTを配布

1

映画館来場者に
NFT提供



映画「ザ・バットマン」の前売券を購入し映画館で鑑賞した人に限定NFTトレカを配布(2022.02)。NFTはレアリティの異なる16種類。

2

相撲興行来場者に
NFT提供



琴奨菊の引退試合の来場者全員にNFTをプレゼント(2022.04)。NFTの提供はレコチョクが実施(現時点、何のNFTかは未発表)。

3

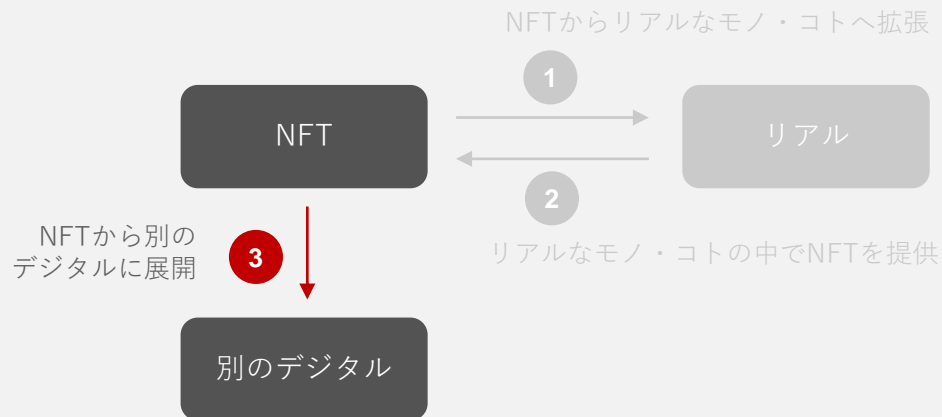
個展来場者に
NFT提供



渋谷MIYASHITA PARKでの陶芸家古賀崇洋の個展(2022.04)。来場者にNFTアート購入のための抽選券としてのNFTを配布。

パターン③

NFTから別のデジタルに展開



NFT→デジタル

限定デジコンを特典にしたり、デジコンの利用権を付与

1

NFT+
HPでの画像使用権



西野亮廣が新作絵本「みにくいマルコ」の画像3点をNFT化し競売。購入者は自身のHPで画像を使用できる。4.2~5.7ETH(105~143万円)で落札。

2

NFT+
限定ボイスコンテンツ



CryptoGamesがバーチャルライバー絵夢アリスのNFTトレカを販売。各1万円。購入者には限定の特典ボイスをプレゼント。

3

NFT+
限定コンテンツ



村上龍が新作エッセイをNFT化し競売。落札者のみがPDFデータのエッセイを読めて、執筆の様子を収めた動画も見られる。125万円で落札。

まとめと展望

モデル整理(1/2) おまけモデル

NFTにおまけをつけたりNFT自体をおまけにしたり

NFT + リアルおまけ



NFT購入者にプレミアムなリアルおまけを提供。スニーカー、F1カーのパーツ、サインボールなど。「デジタルな一点モノ」に「フィジカルな一点モノ・限定モノ」をつけて体験価値をアップ。



リアル + NFTおまけ



商品にNFTを付加したり、イベント来場者にNFTを配布。物販に絡めることが可能。コレクティブルズとしての提供や、配布したNFTをさらに別の体験のチケット・権利として活用することも可能。ベーシックなNFT普及策としても。

モデル整理(2/2) チケットモデル

NFTに様々な権利を付与し体験につなげる

チケット・コミュニティ



イベント、興行、コミュニティへの参加チケットとしてのNFT。入り口施策、NFT普及施策になる。そのあとの体験につなげていくことが重要。

クラファン



創作のための資金を集めるためのクラファンNFT。ファンが応援・参加し興行収益の一部を配当として提供。エンタメ、ものづくり分野での応用が考えられる。

Move to Earn



NFT購入者に稼ぐ権利を付与。稼げるゲームのほか、金融商品への応用もあり得る（歩いて保険料割引）。

特権・VIPチケット



VIP旅行、映画出演権、著名人との対面などのプレミアム体験の提供。プレミアムサービスの提供手段として。

展望～参加権としてのNFT

NFTは「所有権」だけではなく「参加権」も保証する。実際にNFTを体験機会の入り口として捉えているサービスが増えてきている。体験のための権利と考えると、NFTの今後の多様な展開が想定できる。

コミュニティへの参加権やVIP体験の権利としてのNFTは様々なブランドやサービスが導入していくだろう。

NFTによるクラウドファンディングには出資活動を民主化する側面がある。単なる出資ではなく、共感・応援が伴う出資だ。エンタメ領域なら、リアル・バーチャル問わずクリエイター支援と支援者に対する報酬を実現できる。そしてクリエイターとのリアル・バーチャルな交流などの体験機会

も支援者に提供でき得る。

行動変容を促進できるMove to Earnは「フィットネス&お小遣い稼ぎ」という概念を超えて、保険サービスと組み合わせられる可能性もあるだろう。

web3/メタバースのサービスにおいて、デジタルで完結するモノやコトにも良さはある。しかし、実態があるものと組み合わせることで、体験価値をさらに高めていける。web3/メタバースの議論では少なからず人々の視線はバーチャル方面の世界に向いている。だからこそリアルな体験を絡ませた体験設計が重要になっていくのではないかと考える。

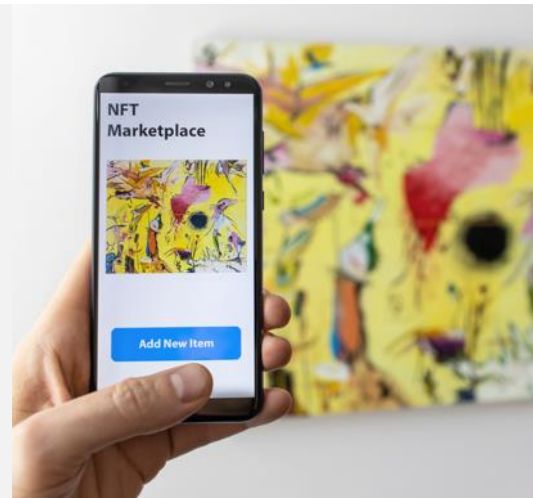


写真: Adobe Stock



著者

沖 賢太郎 コアリサーチャー

KDDI総合研究所 KDDI research atelier

シンクタンク部門事業環境リサーチG

KDDI入社後、携帯電話端末などの開発を経て、KDDI総研（現KDDI総合研究所）にて市場調査を実施。近年の調査テーマは、サブスクリプションビジネス、D2C（ダイレクト・トゥ・コンシューマ）、アートビジネス、NFTなど。価値観、テクノロジー、商流の変化によって生活がどのように楽しくなるかを探索。寄稿、講演登壇、メディア掲載など多数。

本レポートへのお問い合わせは以下よりお願い致します。

<https://www.kddi-research.jp/inquiry.html>