

令和7年度 内閣府調査事業 新たな技術を活用した高付加価値化に関する調査 調査報告書 概要

株式会社野村総合研究所（NRI）

2025年9月30日



調査背景 | NFTとは

NFTとは、ブロックチェーン（分散型台帳）上で発行・管理される、唯一無二のデジタル証明書。現物資産やデジタル資産と紐づけることで、資産の所有権や真正性を証明する「改ざん困難な鑑定書・所有証明書」として機能。

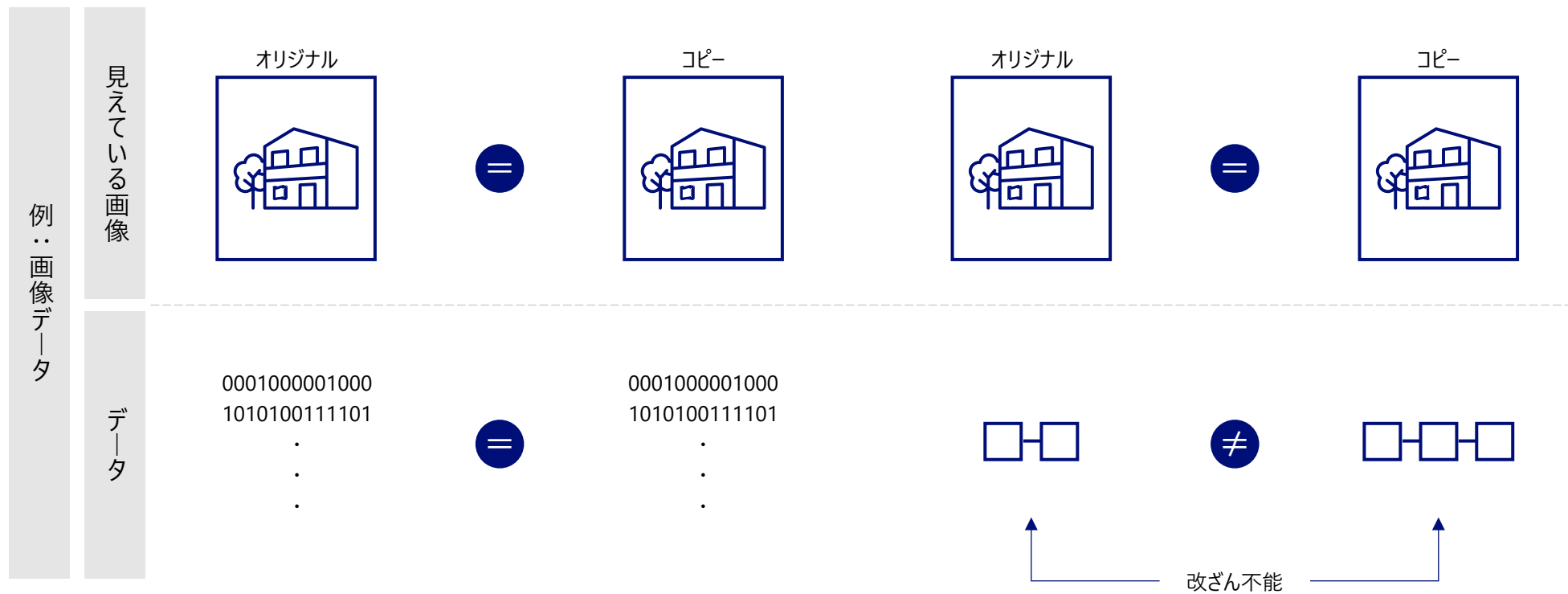
従来のデジタルデータとNFTのちがい（イメージ図）

従来のデジタルデータ

複製した際、データも同一になるため、オリジナルとコピーの判別がつかない。

NFT

データ1つ1つが異なり、複製した場合も判別が可能。ブロックチェーンに記録されたデータは改ざん不能のため、データが唯一性をもつ。



出所：関連書籍等よりNRI作成

NFTがもつ特性として、唯一無二であること、記録として残り続けること、二次流通が可能なこと、自動処理が可能なことなどがあげられる。

唯一無二であること
(非代替性)

- デジタルデータで「本物の一点物」を所有する喜びを提供できる
- 限定グッズや記念品、特別な権利の所有といった用途

記録として
残り続けること

- ブロックチェーン上のNFT記録は基本的に消えずに残る
- デジタル記念チケットとして半永久的に残る思い出や記録となる

二次流通（転売）
が可能

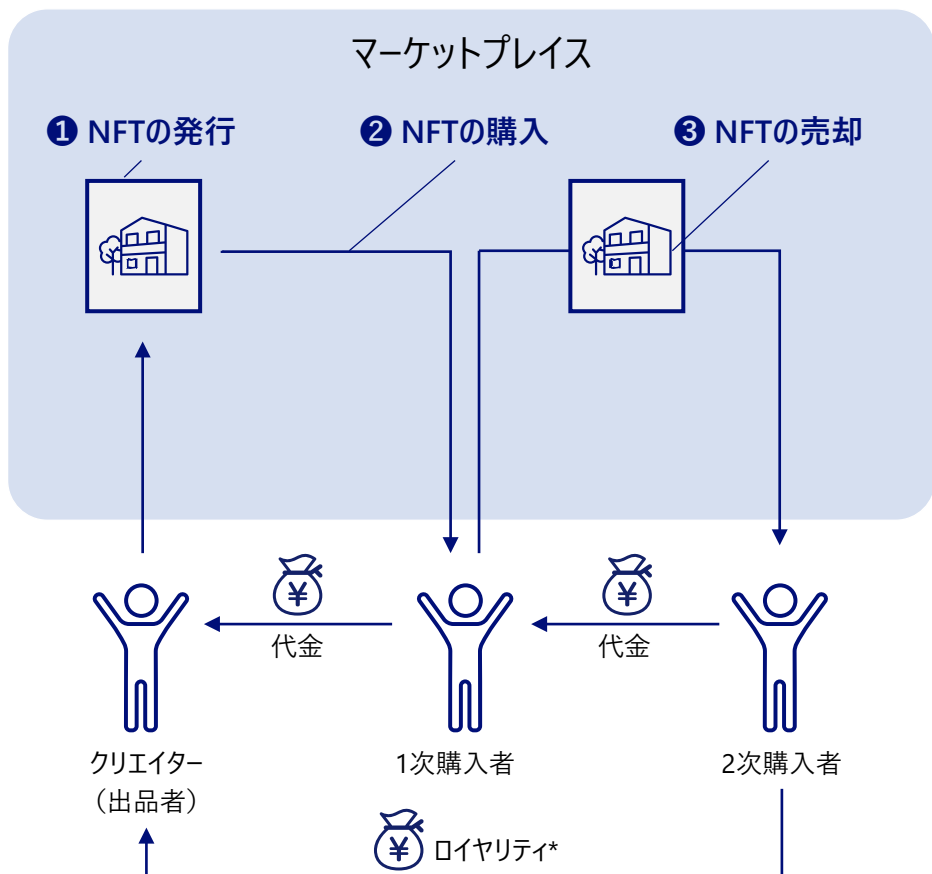
- NFTは個人間で自由に売買・譲渡が可能
- 転売時に自動で元の制作者に一定割合の手数料が支払われる仕組みも組み込み可能
- 他方、二次流通を防ぐことも可能で、SBT（Soul Bound Token）と呼ばれる

スマートコントラクト
による自動処理

- 条件に応じた自動的な処理が可能
- 例えば、人手を介さずに、「ランクアップしたNFTを持つ人だけが閲覧可能なコンテンツ」の用意が可能

NFTの売買や取引ができるオンライン上の市場としてマーケットプレイスが存在。代表的なマーケットプレイスとしてはOpenSeaやBlur、日本発ではPLT Placeなどが展開されている。

マーケットプレイスの役割



代表的なマーケットプレイス

マーケットプレイス	概要
海外 OpenSea	2017年に設立された世界最大級のNFTマーケットプレイス。アートからメンバーシップNFTまで幅広いジャンルのNFTを扱っており、利用者も最も多い。Ethereumを中心に複数のブロックチェーンに対応している。現在、投機的なブームは落ち着いているが、 毎月約100億円以上の売買が発生している。
海外 BLUR	2022年にローンチされたNFTマーケットプレイス兼アグリゲーター。アグリゲーター機能により、他の主要なマーケットプレイスのNFTをまとめて表示するため、Blur上で複数の市場の価格を比較できる。独自のトークン (BLUR) の発行なども実施。
国内 PLT Place	日本のブロックチェーン企業であるHashPaletteが開発した、日本発の独自ブロックチェーン「Palette Chain (パレットチェーン)」上で展開されるNFTマーケットプレイス。株式会社HashPortが運営しており、日本の大手企業も公式NFTを発行している。

規模では、OpenSeaが取引者数・取引額・取引数どれにおいても圧倒的に多く、NFT市場をけん引する存在である。

主要マーケットプレイスの市場規模（2025年4月時点）*

マーケットプレイス		取引者数**	取引額	取引数
海外	OpenSea	約171,460	約7,724万ドル（約110億円）	717,610
	Blur	約10,720	約3,860万ドル（約55億円）	23,690
	Magic Eden	約33,280	約1,114万ドル（約16億円）	91,290
	Element Market	約2,270	約670万ドル（約10億円）	2,930
	Rarible	約80,660	約30万ドル（約0.4億円）	3,680

*主要な40ブロックチェーンについて追跡。 **企業等の組織が所有するウォレットも含まれる。
※Aggregator経由での取引を含めるか等、集計方式により分析ツール毎に数値に差が生じる場合がある。本調査はDappRadarを用いたため、Dappのスマートコントラクト経由での取引額を集計している。
出所：Dappradar（2025年4月時点）、[Gain Dapp Market Insights with DappRadar Data](#)

登場時は投機的な活用が多かったNFTだが、その特長を活用して地方創生・観光に役立てようとする取組が全国各地で多数実施されている。

地方創生・観光における国内でのNFT活用事例

事例	地域資源販売者	イネーブラー	概要
KOKYO NFT	洞爺湖温泉 観光協会等	JAL・博報堂	花火や刃物作りの体験やSamuraiの一員になるなど、現地でユニークな体験ができるNFT。コミュニティ特典等もある。
余市町×ふるさと納税NFT	北海道余市町 リタファーム＆ワイナリー	あるやうむ	余市町に新たにできたウイスキー蒸留所のウイスキーと、その製造過程に関わるNFT。余市町は他にもNFTの取組を複数推進。
日本酒NFT	山形県高畠町 米鶴酒造	TIS	日本酒と特別な体験（酒造社長との日本酒ペアリング特別ディナー）を購入できるNFT。現地周遊を喚起する特典も検討。
盆栽パトロンNFT （THE BONSAI）	香川県高松市 北谷養盛園	盆栽マン	盆栽のパトロンとなり、展示会に出品できる盆栽に仕上げる過程を支援。企画会議への参加や限定イベント参加、盆栽師への質問等可能。
ニセコパウダートークン	東急不動産	HashPort KDDI	スキー場のアーリーエントリー権に加え、レストランやバー、ホテルの利用権を組み合わせたNFT。
石垣島観光案内チケットNFT	ブライスター	NFT X SKY	ブライスタースタッフが厳選した観光スポットやアクティビティ等をスタッフの案内付きで体験できるチケットNFT。
デジタル護摩木	金峯山寺	PBDAO	クラウドファンディングとNFTを掛け合わせた事例。デジタル護摩木を焚き上げることで遠隔でも祈禱に参加する体験ができる。
すごい地域NFT 『KIN-TOWN』	北海道中標津町 和歌山県紀の川市	SAGOJO KDDI	魚や果物を受け取る／おすそ分けする権利や、オンラインイベント／現地でのイベントへの参加権をセットとして販売する関係人口増加NFT。
Meta Akita	秋田県内各所	Meta Akita	秋田犬をモチーフに秋田県の魅力を発信するプロジェクト。NFTホルダーは秋田県や秋田関連施設等で特典を受け取ることができる。
ねやねや天龍峡	長野県飯田市	Weblit	デジタル住民票。物産のお届けや現地での宿泊券・食事券がセットとなっている。また、観光地作りに関与することもできるようになる想定。
ガラシャ祭応援手形	京都府長岡京市	－	ガラシャ祭のメインイベントである婚礼行列に参加する抽選権が付与される。
...	...	...	...

地域資源を活用したNFT販売事例は、NFT自体で売上・利益を向上させることを主目的とする場合と、地域のファン（※）を獲得することを主目的とする場合に大別できる。

NFTを活用する2つのパターン

主目的① NFTでの売上・利益の向上（売上・利益向上モデル）

大まかな流れ

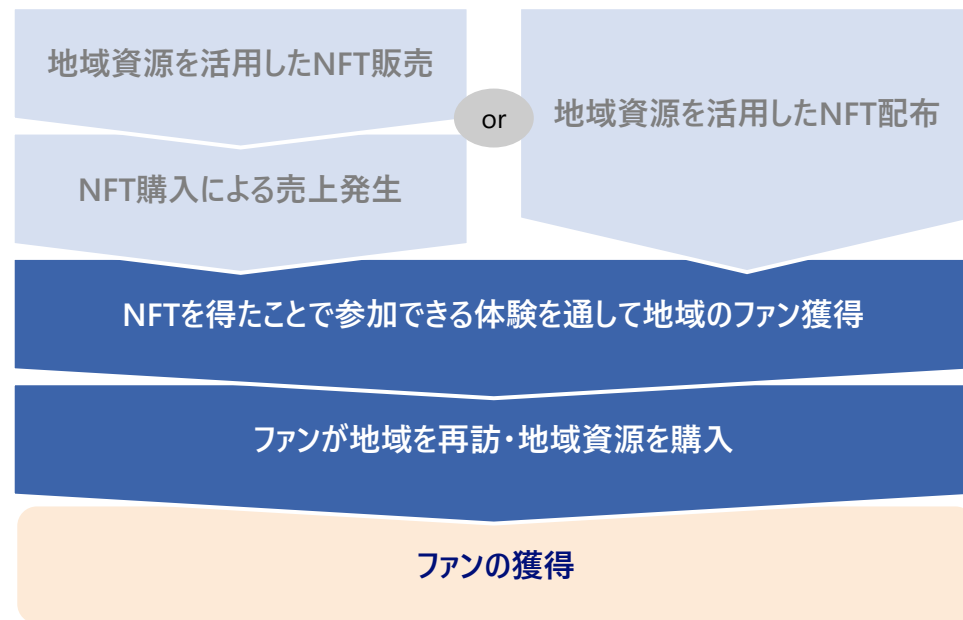


イメージ

限定酒のような希少性の高い地域資源や、酒蔵の見学といった高付加価値な体験（権利）をNFTとして高価格で販売する。

主目的② NFTを契機に地域のファンを獲得（ファン獲得モデル）

大まかな流れ



イメージ

現地での体験が紐づいたNFTを配布・販売することで、購入者に地域の魅力が分かる体験をしてもらい、地域のファンになってもらう。NFT保有を通じてインセンティブも付与しながら、ファンの再訪をうながす。

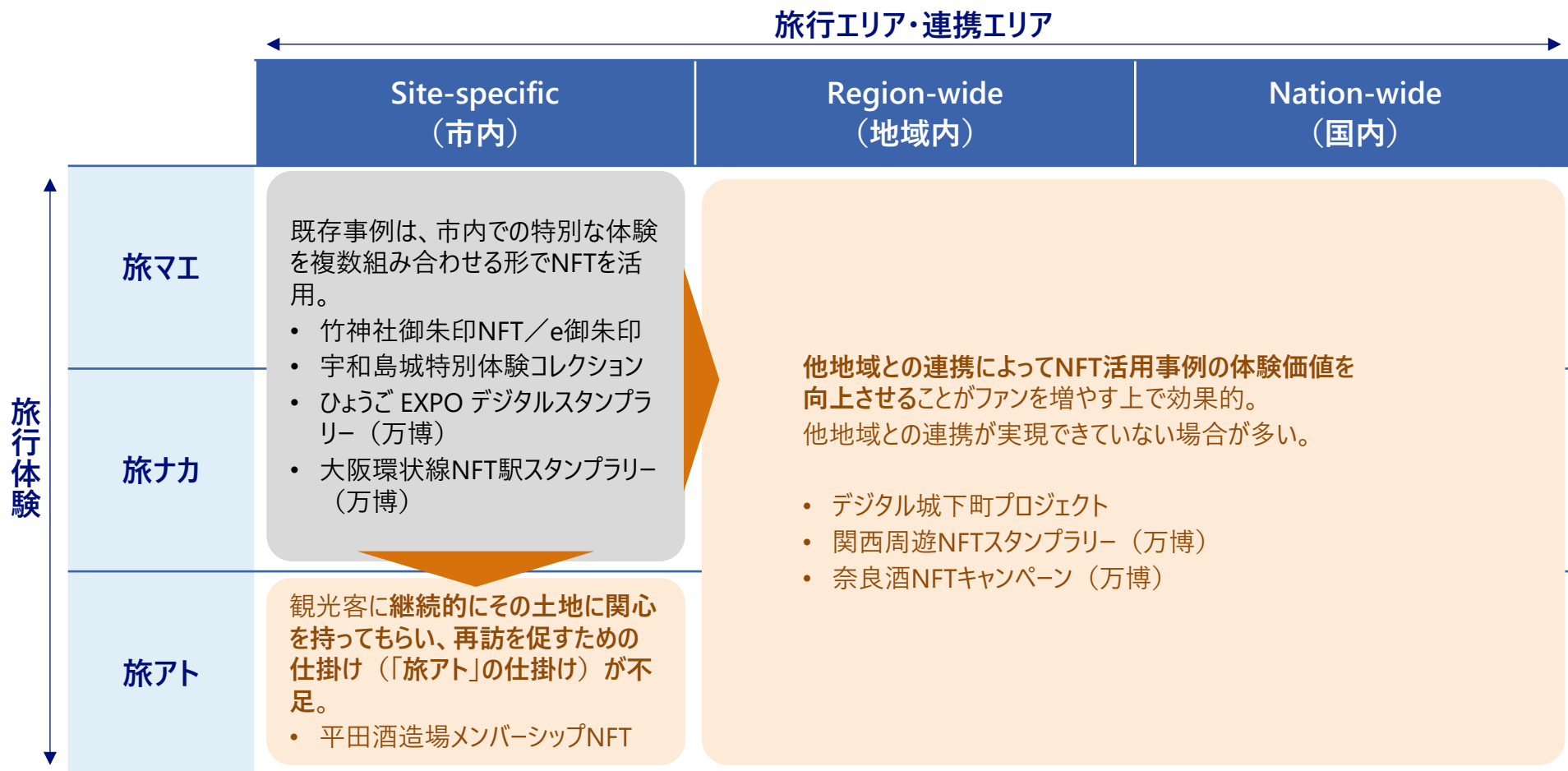
有形資源を活用した国内事例は多いが、今後は無形資源を組み合わせ、インバウンド向けに体験価値に基づく価格設定を意識し提供することが重要。

売上・利益向上モデルの方向性 ■ : 今後推進していくべき取組

		国内事例（一例）	
活用する資源	有形資源 メイン	• Sake World NFT • NFT証明付き資産性御朱印 • 無限フルーツチケット NFT • ふっかちゃんNFT • 子豚のオーナー権	事例は各地で生まれているが、有形資源のみの活用にとどまっており、付加価値向上の余地がある。 なお、インバウンドを意識した事例はほとんどない。
	有形資源 + 無形資源	有形資源に無形資源を加えて展開している事例は少ない。 • 車多酒造主催の特別酒蔵ツアー参加権利付きNFTチケット • 新米チケットNFT	地域資源×NFTの分野においても、インバウンドを意識した更なる高付加価値化を目指すべく、 現在現れている有形資源活用事例に、訪日して体験する内容（コト消費）を組み込むことが重要。
	無形資源 メイン	• 公園の命名権NFT • 石垣島観光案内チケットNFT	地域資源を活用した事例のうち、無形資源（体験・権利）メインの事例は総数として少なく、その中でも現地での地域資源にまつわる体験の提供はごく少数。一足飛びにインバウンド向け無形資源メインのNFTを企画するのはハードルが高いと推察。

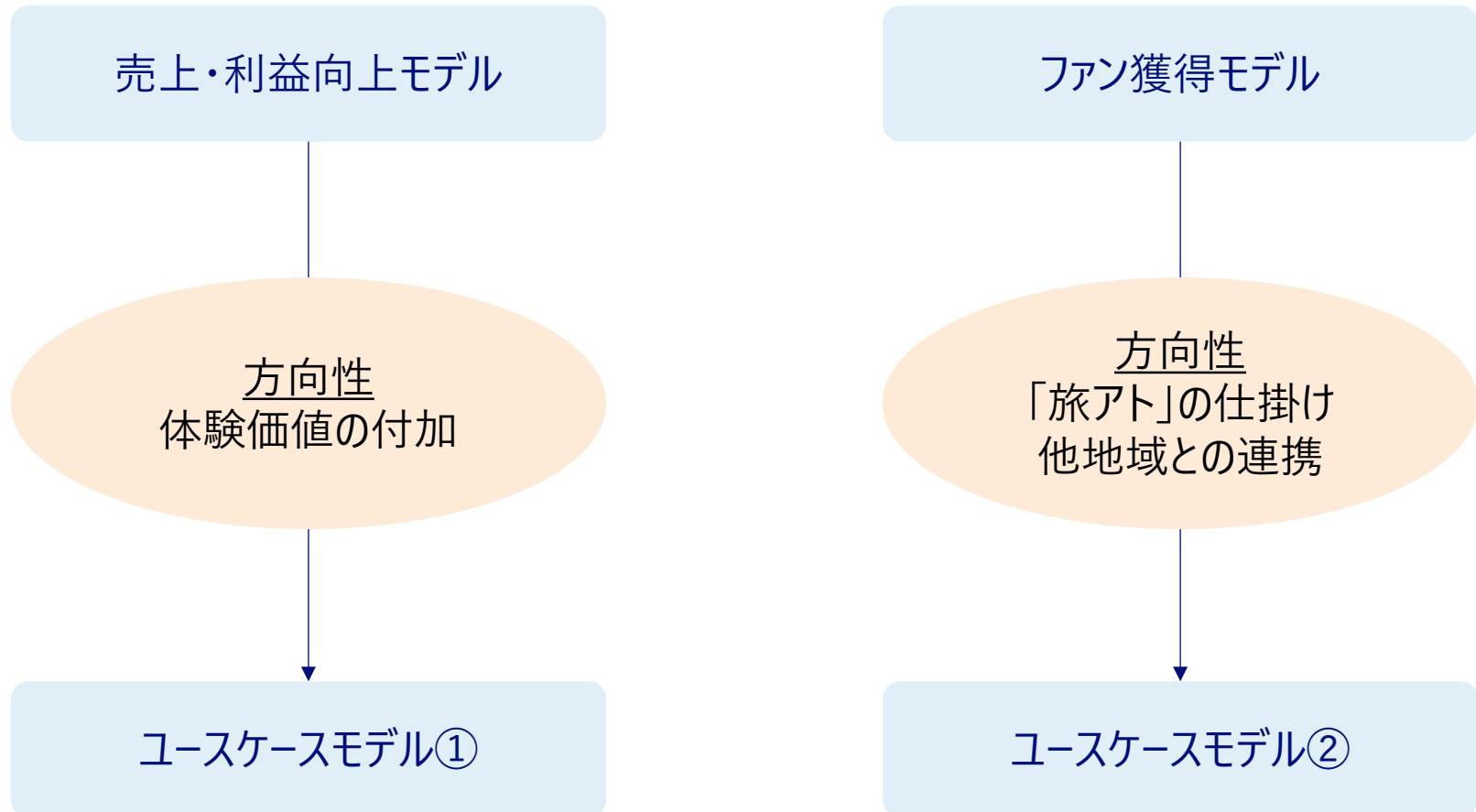
NFTを契機とした体験価値提供でファン獲得を目指す事例は多いが、今後はインバウンドを含めた旅行者に対し、旅アトの仕掛けや広域での体験価値提供で再訪を促すことが重要。

ファン獲得モデルの方向性 ■ : 今後推進していくべき取組



事例調査から得られた方向性に基づき、売上・利益向上モデルでは体験の活用、ファン獲得モデルでは旅アトの仕掛けや他地域との連携を意識して、2つのユースケースモデルを検討。

ユースケースモデルの方向性



売上・利益向上モデルにおいては、「酒蔵ツーリズム」を題材に検討。「酒蔵ツーリズム」とは酒蔵見学や酒の試飲にとどまらず、地域の歴史・文化・自然・食・伝統工芸などの地域資源と組み合わせ、その土地ならではの体験や物語を楽しむ旅。

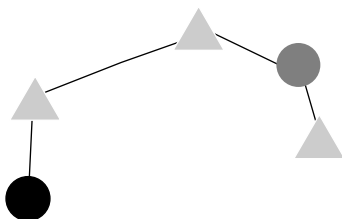
「酒蔵観光」から「酒蔵ツーリズム」への発展

点



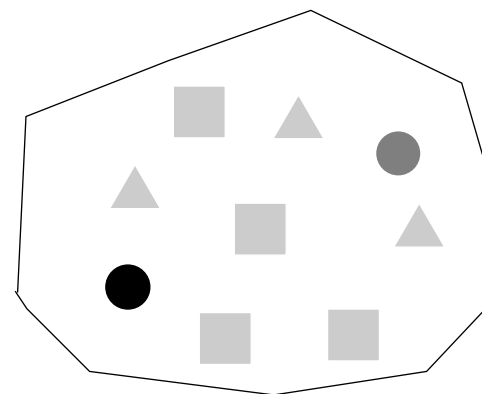
酒蔵そのものの磨き上げ
(酒蔵見学、商品開発、ブランド化)

線



酒蔵同士や地域資源を結んだルートづくり
(受入れ環境の整備、ガイド育成)

面



地域全体の物語化
(情報発信、高付加価値化、新たな誘客層の創出)

現地訪問前のインバウンドに対し、酒蔵見学の申し込みに加え、限定酒の購入や酒蔵企画への投票権、周辺地域の観光に関する特典も付与した「酒蔵ツーリズムNFT」を仮説として設計。

モデル仮説 青字：NFTにより実現できる価値

モデル内容案（購入者の体験）

期待できる効果

旅マエ（自国）

酒蔵ツーリズムNFTの購入

- ・**プレミアムな「招待状」**：酒蔵訪問の予約確定証として酒蔵のラベルなど特色を反映した**アート性のあるNFT**が届く
- ・**限定オンラインコミュニティへのアクセス**：NFT保有者だけが参加できるオンラインコミュニティ。酒蔵スタッフや参加予定者と交流でき、渡航前の疑問を解消
- ・**旅マエ情報の提供**：酒蔵の歴史や酒造りの基礎知識、周辺のおすすめスポット情報といった特別なコンテンツを提供
- ・**二次流通市場で売買可能**：万が一、購入者が訪問できなくなった場合でもNFTを売却可能



- ・【参加者】酒蔵訪問への期待感を最大限に高め、充実した事前準備が可能
- ・【蔵元】**予約管理の自動化、キャンセル対応の自動化、連絡・通知の効率化**
- ・【地域】酒蔵訪問に連動したアピール

旅ナカ（日本）

NFTの権利行使

- ・**予約内容の権利行使**：予約時に申し込んだ体験を楽しみ、体験後は**アート性のあるNFTにデザインが変更**。周辺のお酒蔵と表示方法を統一すればスタンプラリー的な要素
- ・**限定酒の購入権**：本数限定の特別醸造されたお酒の購入が可能
- ・**周辺施設利用時の特典**：飲食、物販、観光、宿泊施設などで利用できる割引や優待があり、利用数に応じて特典のグレードアップ

その他発行のNFT（例）

- ・**酒蔵や地域への寄付**：酒造り文化の継承、周辺の自然環境保全、酒蔵の施設老朽化対策等に寄附を募る。寄附者には**特別なアート性のあるNFT**



- ・【参加者】周遊ルートの明確化、周辺施設の利用毎に手続きをせずに特典を享受
- ・【蔵元】**参加者管理の効率化**
- ・【地域】酒蔵訪問に連動した誘客

旅アト（自国）

酒蔵訪問記念の記録

- ・**永続的かつ改ざん不可能なデジタル記録**：酒蔵の訪問記録、体験内容の詳細、酒蔵スタッフからのメッセージ、酒蔵の風景や体験の様子を捉えた映像等に関連づけて記録

酒蔵プレミアム会員の権利

- ・**将来も有効なリピーター優待権**：NFT保有者を対象に「次回訪問時の割引」や「将来販売の限定醸造酒の優先購入権」を提供
- ・**酒蔵の事業への参加**：**NFTのレベルに応じ、お酒のラベルデザインやイベントの企画等、酒蔵の意思決定に投票を通じて参加**
- ・**二次流通市場で売買可能**：ファンを離れる場合は、NFTを売却可能



- ・【参加者】**唯一無二の体験をデジタルで所有する喜び、将来も有効な特典**
- ・【蔵元】（配送可能な国の場合）帰国後のお酒の配送、リピーターの確保、**外国人の日本酒マーケティングデータの収集**

酒蔵にヒアリングした結果、優良顧客となり得るインバウンドの訪問時の対応やその後の長期的な関係構築に関心が示された一方で、周辺地域の巻き込みの工夫が課題。

コンセプトに対する酒蔵の評価・期待

アートとして残る 「デジタル記念品」

- ・ 現在、当酒蔵ツーリズムに参加した人に対し、酒蔵の方から訪問の証拠を残すことは行っていない。
- ・ 酒蔵が「友の会」のような会員制度を作り、これをNFTでしっかりと管理することだと思えるので理解しやすい。

限定酒の購入権

- ・ 限定酒の購入権は既に取り組んでおり、これらは理解し得る。
- ・ 日本では全国新酒鑑評会、海外ではIWC「SAKE部門」、フランス「Kura Master」、Milano Sake Challenge、Australian Sake Awardsなどで受賞した酒は、受賞年だけに存在するため、高付加価値商品として価格設定がしやすい。
- ・ 海外の富裕層ならばタンク一本の権利販売も考えられるし、複数人での分割購入も考えられる。

プレミアム感の創出

- ・ 利用者にとっては希少性が重要で、価値が出てくるほどNFTも相性が良くなる。ただし、価値をどのように伝えられるかが課題。
- ・ 酒蔵見学のプレミアムツアーはNFTと相性が良い。例えば、蔵元が付きっきりで酒造りの全工程を体験できるツアーを一日提供し、100万円のような高額設定にすることも考えられる。

周辺施設利用時の 特典

- ・ 酒蔵単体ではコンテンツが限定されてしまうため、地域やDMOと協働で実施することが現実的。
- ・ 酒蔵見学は周辺地域を巻き込まないと意味がないため、スタンプラリー形式は有効。参加店舗の負担を減らすため、QRコードを置くだけで参加できるような簡単な仕組みが良い。

将来も有効な リピーター優待権

- ・ インバウンドで当酒蔵のファンに何度も来てほしいという気持ちはあまりない。様々な方に来てほしい。
- ・ リピーター優待権を5年や10年という長期スパンで実現できるのは興味深い。

酒蔵の事業 への参加

- ・ お酒のラベルや名前の決定にとどまらず、イベント企画など深いところまで関与してもらうのは興味深い。

酒蔵や地域 への寄付

- ・ 欧米人は社会貢献を好むため良いと思う。
- ・ 特定の技術を保全することを明確にするなど工夫が必要。

ユースケースモデルの購入者側の評価を把握するため、日本に一定の関心がある海外出身の方として日本在住の海外国籍保有者に対してインターネットアンケートを実施した。

ヒアリング対象

目的

ユースケースモデルをインバウンド向けに展開するにあたっての、
疑似的なカスタマーデータを得る

対象

楽天インサイト社のオンラインアンケート回答サービスに登録している方のうち、過去のアンケートにおいて「日本以外の国籍保有者かつ国籍保有先の滞在経験あり」と回答した15～79歳の男女

手法

インターネットアンケート

実施期間

2025年8月29日～9月3日

有効回答数

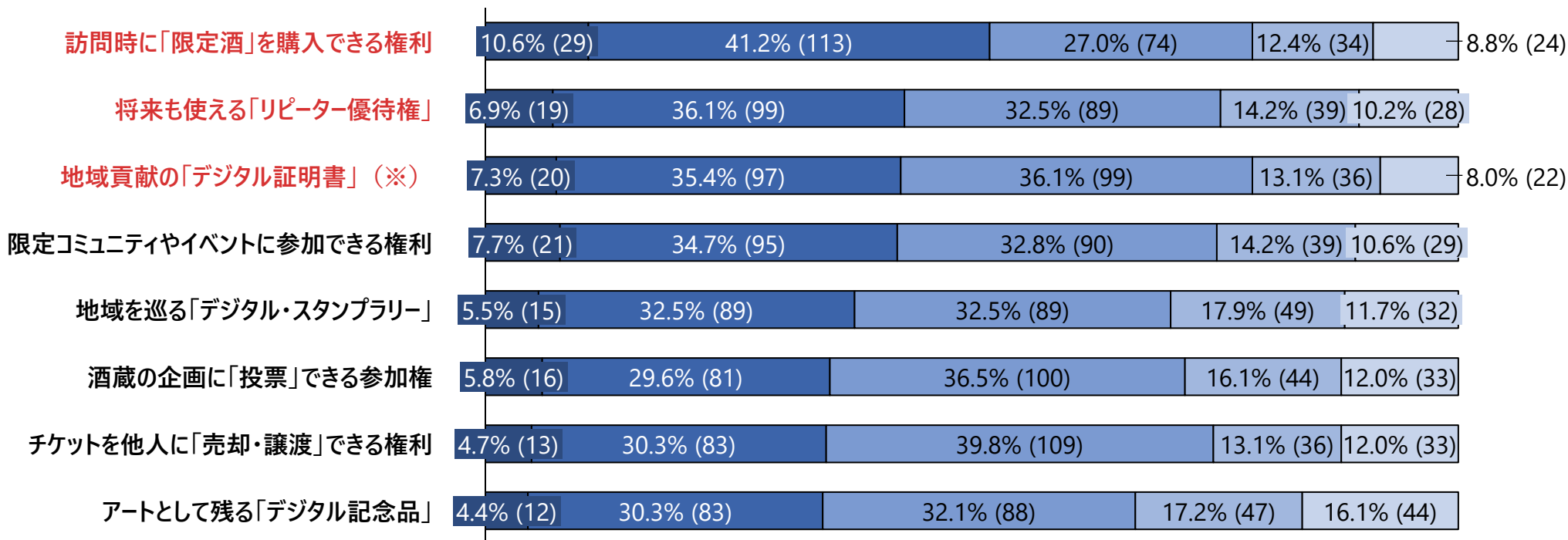
687件

NFTによって酒蔵ツーリズムの体験を充実させる場合、訪問時に限定酒を購入する権利や、将来も利用可能な優待権など希少性・限定性の高い体験および酒造り文化や自然環境保全への寄附といった社会貢献をNFTで付加することに対し、支払意思が高い。

酒蔵ツーリズムでの体験をより充実させるため、新しい機能を持ったデジタルチケットを検討しています。購入したデジタルチケットは、スマートフォンに記録されます。もし、通常のデジタルチケットに追加料金を払えば機能を追加できるとしたら、あなたはその機能に対してどの程度支払いたいと思いますか。

（前問で酒蔵ツーリズムのいずれかに関心を示したN=274：20歳以上）

■ ぜひ支払いたい ■ 少しなら支払ってもよい ■ どちらともいえない ■ あまり支払いたくない ■ 全く支払いたくない



※地域貢献の「デジタル証明書」：チケット代金に上乗せして寄附したお金が、酒造り文化の継承や、周辺の自然環境保全活動などに役立つ。その寄附行為がデジタル証明書として手元に記録として残る

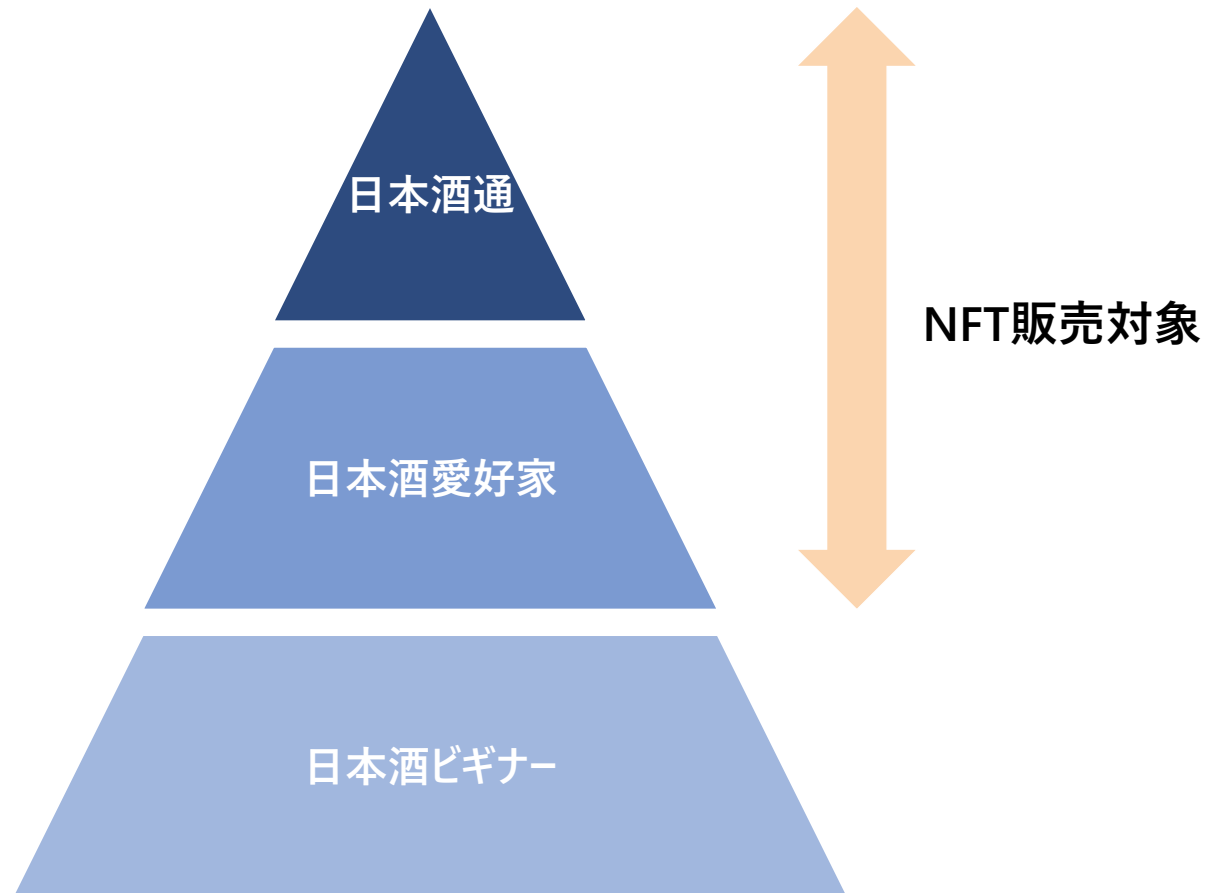
酒蔵ツーリズムは多様なインバウンド層に訴求できる可能性を持つが、特に日本酒のコアファン層や富裕層をターゲットに、「高付加価値・高価格・限定数」のNFTを設計することが有効ではないか。

「酒蔵ツーリズム」に参加するインバウンドのセグメント仮説とNFT販売の対象

- 日本酒に惚れ込み、日本の文化、歴史、そして土地の個性（テロワール）まで含めて味わうことを楽しみにしている
- 世帯年収が高い（※）
- リピート客

- 自国で日本酒を好み、訪日観光の主たる目的の一つが、日本酒を楽しむことになっている
- 初来日か、リピート客

- 日本酒とはあまり接点がない
- 広く日本での観光を楽しもうとする中で、酒蔵見学を体験する



※アンケート結果をふまえると、世帯年収が高いほうが「酒蔵の見学・試飲・酒造り体験」「酒蔵のある地域の観光」に対する関心も高まる

ファン獲得モデルにおいては、地域の食、酒、歴史、文化に触れ、温泉地のファンを作るという ONSEN・ガストロノミーツーリズムのコンセプトを題材に検討。

ONSEN・ガストロノミーツーリズムの流れと目的

イベント①

地域がやってみる

主催：一般社団法人ONSEN・ガストロノミーツーリズム推進機構
+ 開催地域の官民（行政、旅館組合、商店会...）

- チケット購入：PassMarketで購入（3,000~5,000円）
- スタート地点：現地集合
- 観光スポット①（清流・山里風景）
日本人にとっては普通の風景も観光資源として組み込みやすい
- ガストロポイント①（ジュース・郷土菓子）
食文化の活用で差別化がしやすい。また、ゴールでマルシェを開催する等の工夫で直販につなげられる。
- 観光ポイント②（神社）
- ガストロポイント②（地酒・地魚焼き）
：
- ゴール：解散、アンケート回答で温泉券受領
- 温泉入浴：地域の温泉に日帰り入浴 or 宿泊

温泉旅館というスポットではなく、**地域を面で、自然・食材・習慣・伝統・歴史**といったストーリーで感じることで、**再訪への意欲を増す**ことができる

イベント②

地域がつづける

一般社団法人ONSEN・ガストロノミーツーリズム推進機構なしで、**地域が主導して**ONSEN・ガストロノミーツーリズム（イベント）の2回目を実施。継続するために、地域を改めて見直し、**新たな観光資源の発掘・地元でのみ消費される地産品の活用を推進。**

リピーターを獲得する

イベント①や他地域のイベントで、地域の魅力・イベントの魅力を知った人が**再訪（インバウンド含む）**。

イベント③

イベント④

地域のファンを獲得する

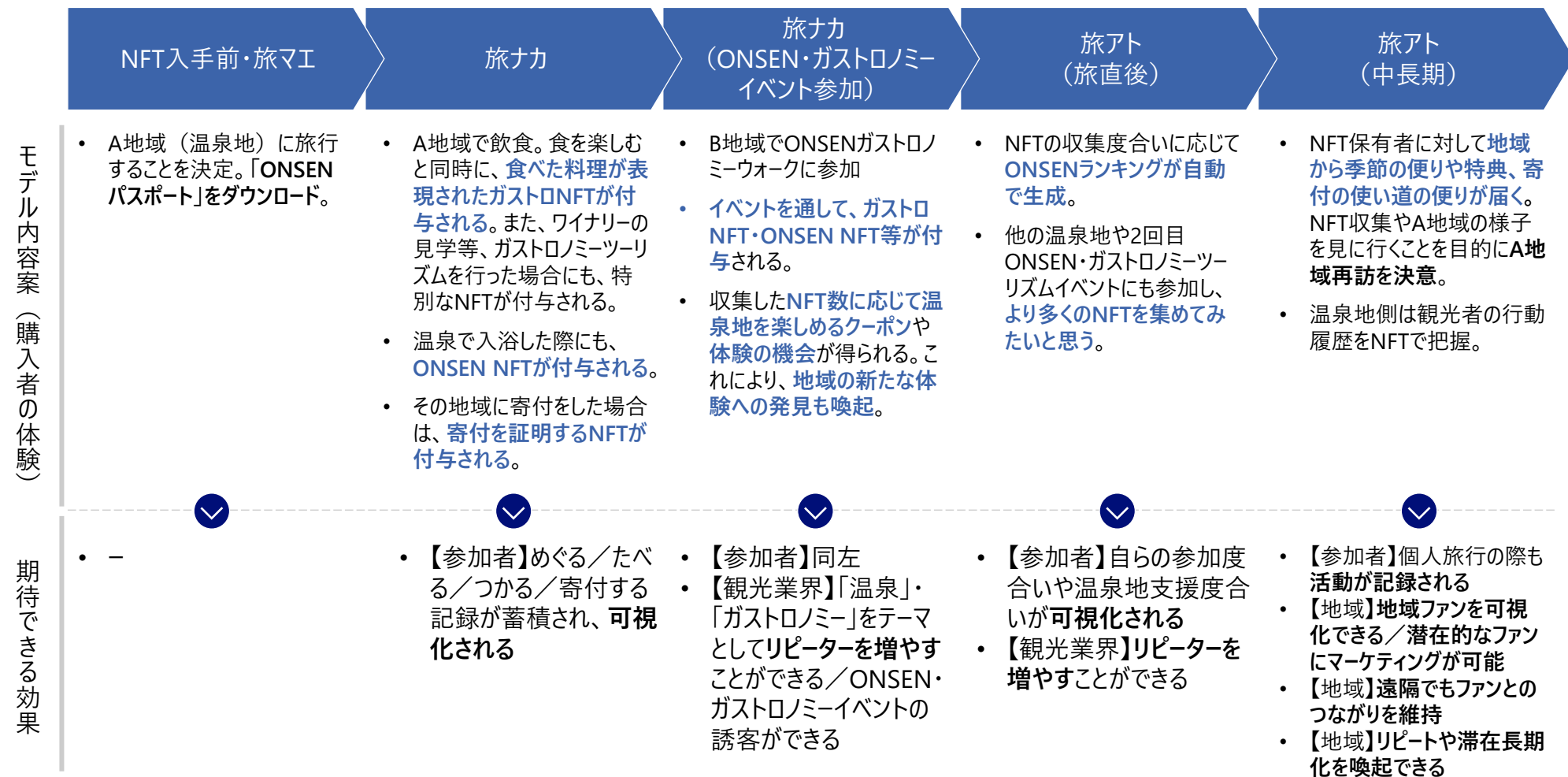
ONSEN・ガストロノミーツーリズムで地域のファンとなった人が**イベントがない時にも再訪する／イベント時にもイベント以外の目的で長期滞在をする（インバウンド含む）**。

地域が維持される

交流人口・関係人口が増加し、地域文化・自然に関心を寄せる人がふえることで、**地域の貴重な文化・自然が維持しやすくなる。**

温泉地同士での連携 + 購入者への「旅アト」のアプローチにより、ゆるやかなファンの獲得を見据えることができる「ONSENパスポート」を仮説として設計。

モデル仮説 青字：NFTにより実現できる価値



有識者からはNFTによる行動履歴の証明・蓄積や地域と個人の接点増加といったユースケースに対して、現状抱えている課題の解決策になるという期待が寄せられた。

コンセプトに対する評価・期待（地域の課題を解決しうるユースケース）

地域の課題	期待されるユースケース（NFTで実現できること）	
来訪者との関係性を長期的に築きたい	行動履歴の証明・蓄積	- ブロックチェーン上に行動履歴が蓄積され証明できることで、エンゲージメント維持につながる。記録が残るシステムはイベント参加者に大変好評だった。 - 寄付実績が証明・蓄積されることで寄付者の満足度向上及び寄付促進になれば、ONSEN・ガストロノミーウォーク等の地域活性化イベントに活用できる予算が増える。 - 観光施策の効果は測定しにくい。施策の効果測定が可能になればPDCAが回せ、ありがたい。
観光データが取得できず、分析ができない	地域と個人の接点増加	- ファン獲得のためには接点を増やす必要があるが、情報を展開する基盤の整備や運用にあたってのコストが従来は課題。NFTで比較的容易・安価に接点を生み出せるとよい。 - 寄付の募集など、キャッシュポイントも増えることで、より持続的に地域が観光に取り組めることを期待。
個人情報保有やファンクラブ運営はコストが大きい	個人情報を取得せず個人とやりとり	- 個人情報を抱えるリスクや管理コストが低減することは財源不足・人手不足の観点でありがたく、NFTのやり取りにおいては個人情報が不要なのはよい。 - データを活用したい場面は多いが個人情報を取得することになる／回収のコストがかかるため、実現できていない。NFTをうまく活用すればデータ利活用が進むのではないかと期待。
インバウンドに対応する人がいない	インバウンド向けデジタル化	- 国内であればアナログでできていたことも、海外に届けるためにはデジタル化が必要。その1ツールとしてNFTはありうる。 - インバウンドでは個人手配の旅行客（FIT, Foreign Independent Tour／Traveler）が増加しているが、外国語対応できるガイドなどは地域にいない。事前にNFTの取得をベースとしたコースを作り上げておけば、自ら観光する際の助けになるのではないかと期待。

温泉地でのガストロノミーツーリズムに関心があると回答した人のうち、6割超がユースケースモデルを利用してみたいと回答した。

もし『ONSENパスポート』が実際にサービスとして提供された場合、あなたは利用してみたいと思いますか？

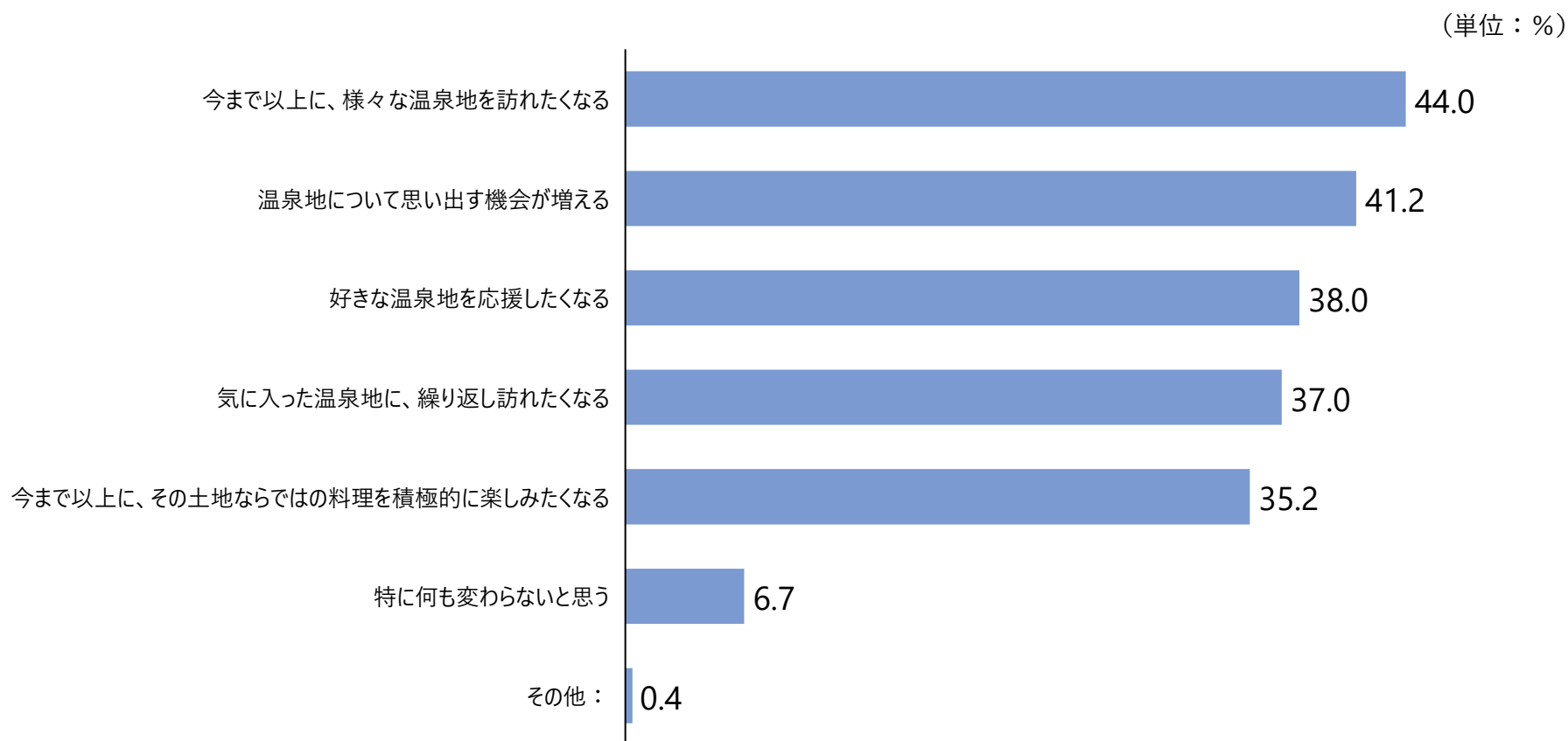
（前問で温泉地でのガストロノミーツーリズムに関心があると回答したN=340）

■ 非常に利用したい ■ やや利用したい ■ どちらともいえない ■ あまり利用したくない ■ 全く利用したくない

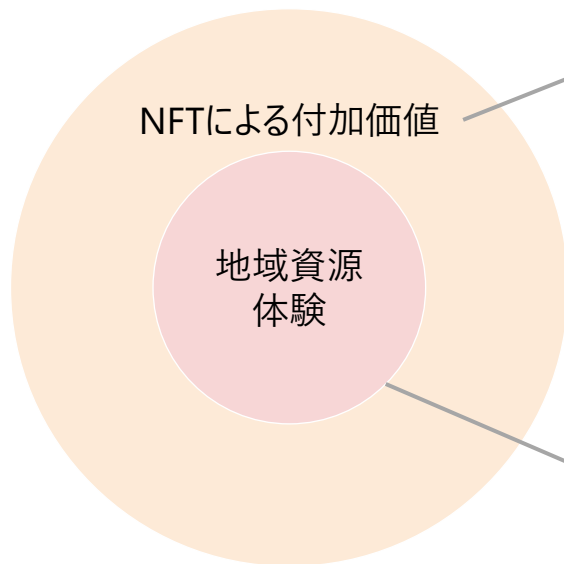


ユースケースモデルによって、今まで以上に様々な温泉地を訪れたくなると回答した人は利用希望者の44%で、周遊が喚起される可能性がうかがえる。

『ONSENパスポート』があることで、あなたの今後の旅行はどのように変わる可能性がありますか。あてはまるものをすべてお選びください。
（「ONSENパスポート」に対して、「利用したい」「やや利用したい」と回答したN=284）



地域資源に関心のあるファンは周遊意欲を持っており、周遊のきっかけとしてNFTは有用な可能性がある。ただし、利用者の期待（周遊）の面でも、サービス導入障壁の面でも、まずは地域資源を基軸とした広域での連携が実現できるかが重要。



NFTは周遊意欲のある地域資源のファンに、実際に周遊をするきっかけを与え、行動を促す可能性がある。

実現にあたっては、NFTの特性を生かした工夫も重要だが、NFTがきっかけとして機能するためには、

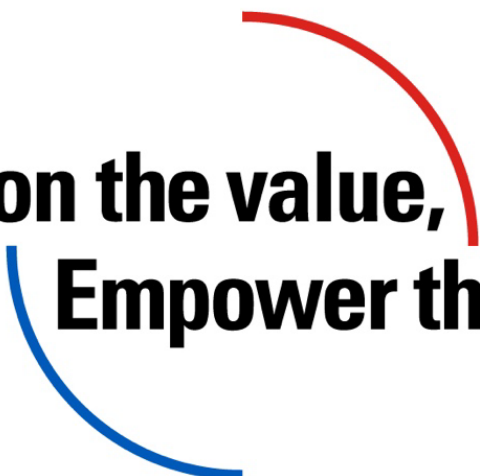
- ① NFTを通して提供する体験が、周遊に足るだけのコンテンツを有する
- ② 地域資源のファンにとって地域資源に関する体験が1つで完結する（あの地域ではAサービスによる体験、この地域ではBサービスによる体験と分けない）

ことが重要。

同じ地域資源を有する地域で、連携の輪を広げ、NFTを通して提供できる体験価値を高めていくことが必要。

ユースケースモデル検証から事業者・購入者双方で一定のNFTに対する期待が確認できた。他方、課題についても今後対応を検討していく必要がある。

類型	課題
ビジネスモデル・収益性	・ 当初は、NFTなどの二次流通におけるロイヤリティ収益がクリエイターに確実に還元されると期待されていた。しかし、マーケットプレイス間の競争が激化したことで、クリエイターへのロイヤリティ還元が保証されなくなりつつある。 ・ 現在のNFTマーケットプレイスは投機的側面が強く、体験価値を訴求する商品の販売に際しては別の商品提供方法を考える必要がある。 ・ 発行者が信頼できるか、提供される体験価値は確かなものか、といった点をインバウンド客が安心して購入できるような「お墨付き」や価値保証の仕組みがない。
規制	・ 暗号資産やNFTに関する法規制（資金決済法、金融商品取引法など）が国ごとにまだ流動的であり、事業展開上のリスクとなっている。
推進体制・連携	・ 地域横断で事業を推進するハブとなる事業者や、全体を調整し社会実装を進めるオーナーシップを持つ主体が不足している。 ・ NFTに対する理解がある関係者が少なく、説得に工数がかかってしまう。 ・ 地域資源販売者やNFT関連事業者は体験価値を海外に展開するマーケティングノウハウやチャネルを有していない場合が多い。
技術	・ 各地でNFTが発行される場合、仕様が統一されておらず、利用者や事業者にとって非効率となる可能性がある。
利用者	・ そもそもNFTを活用した取組自体がインバウンド客に知られていない。来日前に情報を届ける手段についての検討が必要。 ・ NFTを保有するメリットや価値が利用者に伝わっていない。また、「技術的に難しそう」「怪しい」「投機的」といった先入観が普及の障壁となっている。



**Envision the value,
Empower the change**