

デジタルデータに資産的価値を付与するNFT

◆デジタルアート市場を変える認証技術「NFT」

デジタル空間などで売買される商品がオリジナルのものであることを証明する「NFT」という認証技術が注目されている。

NFTとは、「Nonfungible Tokens(非代替性トークン)」の略で、仮想通貨（暗号資産）にも用いられているブロックチェーンの技術を応用したもので、NFT自体は偽造や複製が困難とされている。いままでデジタルアート市場は、複製できるため価値が付きにくくなっていたが、NFTが付与されることで作品に希少性が生まれ、資産的価値が認められるようになった。2021年3月にデジタルアーティストBeepleの作品が約79億円の高値で落札され、世界的に関心が高まった。

21年12月には、経済産業省がNFTを活用した初めての検証実験をファッション分野で始めると発表した。商品の展示会でデザイナーが制作した洋服をNFTとセットで販売するほか、洋服を3Dにして仮想空間「メタバース」上のアバターに着せるためのデータを販売するなど、デザイナーの収益多様化を目指す考えだ。

◆ゲーム、出版、スポーツなど多様な業界がマーケティングにNFTを活用

NFT市場が急速に注目を浴び出したのは、21年に入ってからで、NFTの世界最大の発行・取引プラットフォームとして知られる米国OpenSeaの21年1月の月次取引高は、約800万ドルだったが、翌月の2月には約9,500万ドルと急速に成長した。

日本でもさまざまな業界が、NFTへの参入を始めている。ゲーム事業者はゲーム内で育てたキャラクターをNFTとして売買し、出版業界ではメディアドゥとトーハンが雑誌や書籍とセットで提供する付録として、アイドルの写真などをNFT化し、書籍のマーケティングにデジタルなNFTを組み合わせている。

また、メルカリとプロ野球パ・リーグ6球団は、21年12月、試合の名場面などを取り上げた動画を、NFTを活用して複製不能なデジタル資産に加工して販売する事業を共同で始めると発表、新たなファンの獲得や収益源の育成につなげる。

その他、楽天グループも22年春にNFTプラットフォームに参入すると発表しており、音楽やアニメなどコンテンツもさらに広がる模様だ。 【秋元真理子】