



# 祭事における NFT活用の実証実験報告書

- NFTチケット販売とデジタル御朱印ラリーによるNFT有用性の検証-

文化庁委託「NFT技術を活用した地方文化振興の新しい事業モデル作り」事業

2026.3.30

・PRODUCT'S・

# 1. はじめに (本書の目的・背景)

本書は、地方祭りにおけるデジタル活用の一手段として、NFTを用いたチケットおよび体験施策を導入し、NFTの特性(耐改ざん性／真正性の担保、限定性・希少性、参加証明性、保有を通じた継続接点、オンライン上での拡散性等)が、地方自治体や文化芸術団体による祭り運営・文化事業の推進において有効に機能し得るかを検証し、得られた知見を整理することを目的として作成したものである。本実証では、日本の歴史・伝統文化への関心が高い層、とりわけ訪日外国人を含む地域外観光客も視野に入れ、遠方からでも参加・購入が可能となる導線としてNFTチケットを位置づけ、英語対応を含む販売体制を整備することで、観光客誘引の可能性についても仮説として設定した。

近年、地方祭りは担い手不足、資金不足、来場者層の固定化といった複合的課題を抱えており、従来の運営手法のみでは持続可能性の確保が難しくなりつつある。加えて、祭りの価値が当日現地での体験に閉じやすく、参加者との継続的な接点を形成しづらいという構造的課題も存在する。さらに、運営資金が当日の人流や天候に左右されやすいこと、また情報発信リソースの制約により地域外(海外含む)へ魅力が届きづらいことも、地方祭りに共通する論点である。

こうした背景のもと、本実証では「祭りの体験価値を損なわずにデジタル上へ拡張する」こと、および「参加後も継続的な接点を残す」ことに着目し、NFTが持つ参加証明性・限定性・真正性といった特性を活用した施策設計を行った。本書では、実証実験の結果を定量・定性の両面から整理し、有効性と課題を明確化する。あわせて、同様の取り組みを他地域の祭りへ展開する際に必要となる設計・運用のポイントを導入ステップとして体系化し、地方祭りにおけるNFT活用の実装可能性を示すことを狙いとする。

NFT技術は、地方の文化財産を保護し、その魅力を再活性化するための強力な手段となり得る。本取り組みを通じて、地理的・時間的制約を超えて祭りと参加者の間に持続可能な絆を築き、伝統文化体験をデジタルによって豊かに、且つ決して代替することなく拡張できることを示すことを目指す。本取り組みが、同様の課題に直面する他の地域にとって、持続可能な文化振興の新たなモデルとなることを心から期待する。

# 目次(構成)

- はじめに(本書の目的・背景)・・・P2

## 第一章:地方祭事におけるNFT活用の背景と意義

- 1-1. 本実証における訪日外国人と地方祭事のターゲット設定の背景・・・P5
- 1-2. 地方祭事へNFT活用がもたらす価値(仮説)・・・P6
- 1-3. 仮説検証のための実証実験・・・P6
- 1-4. 実証実験全体像・・・P7
- 1-5. 施策①NFTチケットの販売 by RURAL REGENERATION・・・P8
- 1-6. 施策②NFTチケットプレゼントキャンペーン by cocollet・・・P13
- 1-7. 施策③NFTスタンプラリー(デジタル御朱印ラリー)by cocollet・・・P14
- 1-8. 活用事例:本成寺鬼踊り2025 デジタル御朱印ラリー・・・P16
- 1-9. コラム:地方祭事におけるチケットNFTの価値・・・P18

## 第二章:地方祭事におけるNFT施策 導入までのステップ

- 2-1. 全体像・・・P20
- 2-2. 導入ステップの詳細・・・P21
- ① 導入の目的:NFT導入により叶えたい目的(KPI)の設定
- ② 価値設計:ユーザーにとっての価値と体験の設計
- ③ 流入設計:ターゲット層への認知と導線の構築
- ④ 技術基盤選定:NFT発行・配布・管理の基盤選定
- ⑤ 情報リリース:ターゲットにより早く、深く理解してもらえる情報発信
- ⑥ 運営体制構築:祭事当日運営に必要なオペレーションとフロー、人材の確保
- ⑦ 効果測定:施策の成果を測定し、次回以降の改善につなげる指標設計
- ⑧ 継続接点の活用:NFT保有者との関係性を維持・発展させる施策

## 第三章:本成寺での実証実験結果について

- 3-1. 実証実験の目的と位置づけ・・・P23
- 3-2. 施策①NFTチケットの販売 / RURAL REGENERATION・・・P23
- 3-3. 施策②NFTチケットプレゼントキャンペーン / cocollet・・・P24
- 3-4. 施策③NFTスタンプラリー(デジタル御朱印ラリー) / cocollet・・・P26
- 3-5. 実証実験を踏まえた成果・・・P29
- 3-6. 実証実験を踏まえた課題・・・P29
- 3-7. 来年以降検討すべき取り組み・・・P30
- 3-8. コラム:祭事運営視点からの考察・・・P31

## 第四章:使用サービスについて

- 4-1. RURAL REGENERATION(NFTチケット販売基盤)・・・P33
- 4-2. cocollet(NFTウォレット・配布基盤)・・・P33
- 4-3. 技術基盤選定時の留意点・・・P33

- おわりに・・・P34

第一章

# 地方祭事における NFT活用の背景と意義



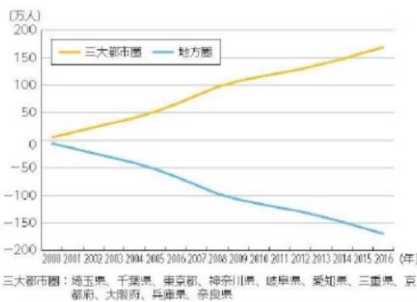
# 1-1. 本実証における訪日外国人と地方祭事のターゲット設定の背景

本実証実験において訪日外国人観光客および地方祭事をターゲットとして設定した背景には、地方文化振興における持続可能なビジネスモデル構築という本事業の根本的な目的がある。本節では、なぜ訪日外国人と地方祭事に着目したのか、その戦略的判断の経緯を整理する。

## 地方における顧客ターゲットの構造的変化

地方に居住する日本人人口は減少の一途をたどっている一方で、好調なインバウンド市場においては地方を訪れる外国人が増加し続けている。総務省「住民基本台帳人口移動報告」によれば、三大都市圏と地方圏の転出入超過数の累計は地方からの流出が継続しており、地方の人口基盤は縮小傾向にある。対照的に、観光庁「宿泊旅行統計調査(2025年4月・第2次速報、2025年5月・第1次速報)」によれば、地方部(三大都市圏を除く)における外国人延べ宿泊者数は2023年4月の265万人泊から2024年4月には416万人泊(+57.0%)、2025年4月には522万人泊(+25.4%)へと大幅に増加している。

この構造的変化は、地方にとって成長ポテンシャルのある顧客が「訪日外国人観光客」であることを明確に示している。従来の地域内需要に依存した運営モデルでは持続可能性の確保が困難となる中、訪日外国人という成長市場へのアプローチは、地方文化振興における新たな事業機会として位置づけられる。



三大都市圏及び地方圏の転出入超過数の累計  
出典：総務省「住民基本台帳人口移動報告」



※ ( )内は構成比を表している。  
地方部(三大都市圏を除く)における外国人延べ宿泊者数  
出典：観光庁「宿泊旅行統計調査(2025年4月・第2次速報、2025年5月・第1次速報)」

## 訪日外国人が求める価値と地方祭事の親和性

訪日外国人観光客は何を期待して日本を訪れているのか。観光庁「訪日外国人の消費動向～インバウンド消費動向調査結果及び分析～2024年年次報告書」によれば、訪日外国人観光客のおおよそ3人に1人(31.6%)が来日時に「日本の歴史・伝統文化体験」を実施しており、その満足度も96.4%と極めて高い水準にある。

この「日本の歴史・伝統文化体験」という価値は、全国の地方に広く存在し、かつ訪日外国人観光客から明確なニーズが確認されている領域である。特に、日本の歴史や伝統を臨場感をもって体験できる観光として、祭りが訪日外国人観光客に人気を博している。コロナ以降、各地で祭りの観覧席のチケット販売が行われるようになり、青森ねぶた祭では100万円のVIPシート、阿波おどりでは1席20万円のプレミアム観覧席が販売されるなど、訪日外国人観光客をターゲットとした高額のプレミアム観覧席を有料販売する取り組みも広がっている。こうした状況を踏まえ、本実証では「地方祭事のプレミアム観覧席のチケット販売」を通じて伝統文化体験を提供するサービスモデルに着目した。

## NFT活用による小規模祭事への展開可能性

一方で、現状の祭りのプレミアム観覧席チケット販売は、祇園祭、ねぶた祭、阿波おどり等の有名で大規模な運営組織を持つ祭りに成功例が限られている。小規模な祭りの運営組織は、観覧席のチケットを販売するシステムを個別に用意できず、また認知を上げるために広告出稿などの大きな費用を投じた情報発信も困難である。

この課題に対し、NFT技術は解決の糸口となり得る。誰もがオープンに利用できるブロックチェーンシステムの特徴を活用することで、共有可能なチケット販売システムを低予算で構築し、広く海外の外国人に対してチケットをNFTとして販売できる。また、インターネット上での自由な取引を通じてSNS上でコミュニケーションが活性化しやすいNFTの特徴を活用することで、SNSを通じて情報を拡散し、大きな費用を投じることなく認知度の向上を図ることが可能となる。

本実証では、こうした仮説のもと、訪日外国人観光客に対して日本の伝統文化である祭りをプレミアム観覧席で体験できる価値をNFTチケットとして販売することで、祭事を運営する地方自治体や文化芸術団体が継続的に利益を生み出す事業モデルの検証を目的として設定した。

なお、本実証の企画段階では、地方祭事に実際に取り入れやすいサービスとするため、祭事運営関係者へのヒアリングを実施した。その中で、「間口拡大を目指す一方、インバウンド対応を実施できる祭事は一部に限られる」との声が複数寄せられた。こうした現場の実態を踏まえ、本実証実験では訪日外国人のみではなく、訪日外国人を含む遠方からの来訪者全般を対象として施策設計を行った。

## 1-2. 地方祭事へNFT活用がもたらす価値(仮説)

NFTはブロックチェーン上で発行されるデジタル証明であり、耐改ざん性や真正性を担保できる点に特徴がある。

文化領域においては、NFTを投機的資産として捉えるのではなく、参加・支援・体験の履歴を「証明」し、継続的な関係性を構築するための基盤として活用する可能性がある。

地方祭事の課題に対し、NFT活用がコミットし得る領域は主に以下の3点である。

### 参加証明(記念性)の付与

祭事への参加をNFTとして残すことで、参加者は体験の記録を手元に保持できる。これは単なる写真やスタンプとは異なり、耐改ざん性を持つ「公式な参加証明」として位置づけられる。

### 継続接点の形成

NFTは参加後もデジタル上に残り続けるため、祭事運営側は保有者を起点に次回開催の案内や限定情報の提供などを行うことができる。これにより、祭事が単発イベントとして終わらず、継続的な関係人口の形成につながる可能性がある。

### 高付加価値化による収益モデルの多様化

NFTチケットは、座席の限定性、特典の付与、記念性の付加などにより、従来の紙チケットや当日販売と異なる価値設計が可能となる。これにより、価格受容性の検証や新たな収益源の創出につながる可能性がある。

一方で、NFTは一般生活者にとって理解が難しく、心理的ハードルとなり得る。そのため、本仮説を検証するには、NFTという技術を前面に出すのではなく、参加者にとって直感的で分かりやすい体験設計に落とし込む必要があると考えられる。

## 1-3. 仮説検証のための実証実験

前節で述べた仮説を検証するため、本事業では地方祭事におけるNFT活用の実証実験を実施した。

実証実験では、NFTチケット販売およびNFTを用いた当日施策を導入し、参加者の行動データとアンケート等を通じて、有効性と導入上の課題を検証することを目的とした。

本実証の対象として選定したのは、新潟県三条市に所在する法華宗総本山 本成寺で開催される「鬼踊り」である。本成寺は地域の文化的中心としての役割を担い、鬼踊りは地域に根付いた祭事として一定の歴史と認知を有する。一方で、地方祭事共通の課題である資金確保、地域外への認知拡大といった論点を抱えており、実証の対象として適切であると判断した。

また、本成寺は過去にデジタル御朱印ラリー(2025年)を実施しており、デジタル施策に対する受容性が一定程度見込めた点も、本実証の実施環境として重要であった。

本実証は、単発の販売数のみを成果とするものではなく、導入によって得られる行動データや参加者の反応を通じて、成功条件と阻害要因を抽出し、他地域へ展開可能な知見として整理することを主眼とした。

# 1-4. 実証実験全体像

本実証では、地方祭事におけるNFT活用の有効性を多角的に検証するため、3つの施策を組み合わせることで実施した。

## 施策①

NFTチケットの販売

## 施策②

NFTチケット  
プレゼントキャンペーン

## 施策③

NFTスタンプラリー  
(デジタル御朱印ラリー)

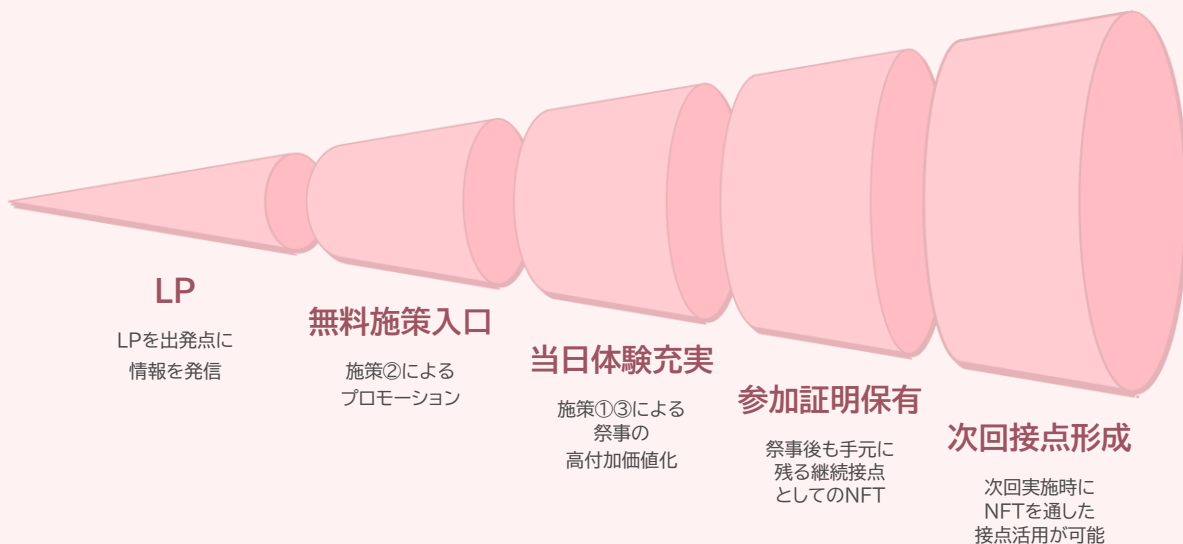
施策①は「NFTチケットの販売」であり、観覧体験をNFTチケットとして販売し、価格受容性および購入導線の成立可能性を検証することを目的とした。

施策②は「NFTチケットプレゼントキャンペーン」であり、NFT施策への参加ハードルを下げることで間口拡大を図り、導線設計および参加率を検証することを目的とした。

施策③は「NFTスタンプラリー(デジタル御朱印ラリー)」であり、当日体験の回遊性・没入感を高めるとともに、参加証明としてのNFTが体験価値に寄与するかを検証することを目的とした。

3施策はそれぞれ独立した取り組みではなく、参加者の接点形成を目的に相互に関連付けて設計した。具体的には、LPを起点に「無料施策による入口」「当日体験の充実」「参加証明としての保有」「次回への接点形成」という流れを想定し、各施策の結果を横断的に評価する枠組みを構築した。

## 施策全体の関係性



※公募当初の想定施策内容

- ①関係団体へのヒアリングによる現状分析
- ② 持続的に発展可能な事業モデルの仮説構築
- ③仮説検証の実証実験における訪日外国人観光客を対象とした  
NFTチケット販売とSNSを通じた情報拡散(チケットプレゼントキャンペーン)
- ④実証結果の分析と報告資料の作成

上記に加え、ヒアリング結果をもとに施策を再検討し以下の施策を行った。

- ・当日の体験充実のための「NFTスタンプラリー」
- ・訪日外国人誘致のための海外対応旅行サイトでの訴求

# 1-5. 施策① NFTチケットの販売

## by RURAL REGENERATION

施策①では、鬼踊り観覧体験をNFTチケットとして販売した。目的は、地方祭事におけるNFTチケット販売における高付加価値化の可能性を検証し、従来の現地販売に依存した収益構造からの転換可能性を探ることである。

本施策で使用した販売基盤は「RURAL REGENERATION」であり、NFTチケットの発行・保有・当日提示までを一気通貫で実装できる仕組みとして構築した。チケット販売は単なるデジタル化ではなく、耐改ざん性を持つチケットとして真正性を担保できる点に特徴がある。これにより、今後の展開としては、転売対策や入場管理の効率化、参加履歴の蓄積といった活用可能性が期待される。



日本各地の祭事チケットを、NFTチケットとして販売するサービスです。  
オンライン上で、遠方からでも祭事のNFTチケットをご購入いただけます。

全国からのNFTチケット購入を通じて、祭事文化の継承や、地方創生(Rural Regeneration)につながることを目指しています。

※ご購入いただける祭事は、本サービスに登録されている祭事のみとなります。

※本サービスのご利用には、インターネットに接続できる環境が必要です。

本施策では、従来の観覧チケット価格(2,500円)に対し、NFTチケットを5,000円に設定した。本価格は、単なるデジタル化に対する対価ではなく、①特別観覧席の確保、②英語対応ガイドの手配、③参加証明として永続的に保有可能なNFT付与という複合的付加価値を加味した設定である。また、国内外の祭事においてプレミアム観覧席が通常価格の1.5～数倍で販売されている事例を踏まえ、本実証ではそのレンジ内においてNFT活用が成立するかを検証する設計とした。価格差を明確に設定することで、「限定性」「特典設計」「参加証明として永続的に保有できる記念性」等の付加価値が、従来の観覧体験に上乗せされた場合に市場に受容され得るかを検証する設計とした。限定性としては、特別席の手配やインバウンド対応も可能なガイドの手配などを行った。

### RURAL REGENERATIONにて販売するNFTチケットの主な価値

チケット改ざん防止

Secure ownership



手元に残るデジタルコンテンツ

A digital keepsake



※詳細はサービス紹介動画にてご確認ください。 <https://www.youtube.com/watch?v=wAtwb22ixAI>

すなわち、本チケットは通常観覧席の単純なデジタル代替ではなく、NFTの特性を活用した“高付加価値席モデル”として位置づけている。地方祭事においても、特別観覧席や特典付き席など、体験価値を高めた価格設定が一定の市場を持つことを踏まえ、本実証ではそのレンジ内においてNFT活用が成立するかを確認することを目的とした。

あわせて、海外を含む遠方からの購入導線として成立するのかの検証も行った。本検証のため、LPおよびRURAL REGENERATIONでは英語対応を実施し、当日ガイドスタッフも英語対応可能な体制で運用を行った。これにより、地域内に閉じない販売導線が実装可能かを実証的に検証した。

## 不正転売の抑制について

NFTチケットの導入における副次的な価値として、不正転売の抑制およびチケット流通の管理高度化が挙げられる。

従来のオンラインチケットは、販売事業者のサーバー上で発行・管理されるデータであり、購入後はQRコードやURLの共有により第三者への譲渡が可能となる。このため、公式に許可していない経路での転売や、高額転売、さらには不正コピーによる重複利用といったリスクが構造的に存在する。

また、販売主体がチケットの二次流通状況や最終保有者を正確に把握することが難しいという課題がある。

これに対しNFTチケットは、ブロックチェーン上で発行される固有のトークンとして管理されるため、各チケットに一意的識別子が付与され、発行から譲渡、保有に至るまでの履歴がトランザクションとして記録される。

この特性により、チケットの流通経路および保有主体をウォレット単位で追跡可能となる。この前提を活用することで、以下のような転売抑制を目的とした設計が可能となる。

1

### スマートコントラクトによる譲渡制御

特定のマーケットプレイス以外での取引を制限する設計や、譲渡そのものを不可とする設定が可能

2

### 価格制御(転売価格の上限設定)

二次流通時の販売価格に上限を設けることで、高額転売を抑制・ロイヤリティ設計が可能となり転売が発生した場合でも、一定割合を主催者に還元する仕組みを組み込むことができる。

3

### 発行時のアクセス制御

ホワイトリスト機能により、購入可能な対象を限定し、不正な大量購入を防止

4

### 入場時の真正性確認

ブロックチェーン上の保有情報と連動した確認を行うことで、コピーやスクリーンショットによる不正利用を防止

これらの仕組みにより、「誰が・どのチケットを・どの経路で取得したか」を一貫して把握することが可能となり、チケット流通の透明性を確保しながら、不正転売の抑制および管理精度の向上につながる。本実証においては、一部機能の検証に留まったが、NFTチケットという技術基盤を採用することで、従来のチケットと比較して、流通制御・履歴管理・真正性担保の観点において設計自由度が高く、より高度なチケット管理が実現可能であることが確認された。



## 各種メディアでの拡散(抜粋)

PR TIMES プレスリリース・ニュースリリース配信サービス PRTIMES

Top | テラロジー | モバイル | アプリ | エンタメ | ビューティ | ファッション | ライフスタイル | ビジネス | クルメ | スポーツ

Japan Contents Blockchain Initiative

会社概要 プレスリリース **フォロー**

### JCBIのPassWallet®を導入した日本各地の祭事の特別観覧席の NFTチケットを販売するサービス「Rural Regeneration」が文化庁委託事業の採択を受けて新潟県三条市で実証実験を実施

法華宗総本山 本成寺の伝統行事「鬼踊り」を特別に本堂で観覧できるNFTチケットの販売を開始

一般社団法人 ジャパン・コンテンツ・ブロックチェーン・イニシアティブ

2026年1月20日 10時00分

一般社団法人 ジャパン・コンテンツ・ブロックチェーン・イニシアティブ (略称、一般社団法人 JCBI) が金融庁からカストディ規制非適用回答を得た生体認証 (顔、指紋) を活用したアンホステッドウォレット開発連携ソリューション「PassWallet® (パスウォレット)」が、文化庁委託「NFT技術を活用した地方文化振興の新しい事業モデル作り」事業の採択を受けて新潟県三条市で実証実験を実施する日本各地の祭事の特別観覧席のNFTチケットを販売するサービス「Rural Regeneration (ルーラル・リジェネレーション)」を導入されたことをお知らせします。

日本全国の祭事の特別観覧席の NFT チケット販売サービス



Powered By PassWallet



文化庁委託「NFT 技術を活用した地方文化振興の新しい事業モデル作り」事業




寺社Now オンライン 未来は今! 全国寺社観光協会

記事 > 寺社News > 法華宗総本山本成寺の節分行事「鬼踊り」を本堂で観覧 NFTチケットによる実証実験

## 法華宗総本山本成寺の節分行事「鬼踊り」を本堂で観覧 NFTチケットによる実証実験

2026.01.21 | 寺社News

### NFT Tickets Enable Special Viewing of Oni Odori at Honjoji Temple in Niigata

日本全国の祭事の特別観覧席の NFT チケット販売サービス



Powered By PassWallet



文化庁委託「NFT 技術を活用した地方文化振興の新しい事業モデル作り」事業




日程  
2026年 2月3日(火)

開催日時  
2026年2月3日  
10:30 開場  
11:00 開始



HONJO-JI TEMPLE

## Honjo-ji — Nichiren Buddhist Head Temple

Founded in 1297 · History & Tranquility

Discover Honjo-ji, the head temple of the Honmon Butsuryu school, featuring historic halls, serene gardens, and cultural heritage linked to master sculptor Uncho Ishikawa.

### ABOUT THIS TEMPLE

Honjoji Temple is a historic Buddhist temple founded during the Kamakura period, with impressive traditional buildings spread across its spacious grounds. Every year on February 3, the powerful "Honjoji Oni-Odori" (Demon Dance) festival is held, offering visitors a vivid opportunity to experience local culture. NFT tickets for reserved viewing seats are available for purchase online through this website.

### EVENT HIGHLIGHTS



#### Honjoji Oni-Odori (Demon Dance)

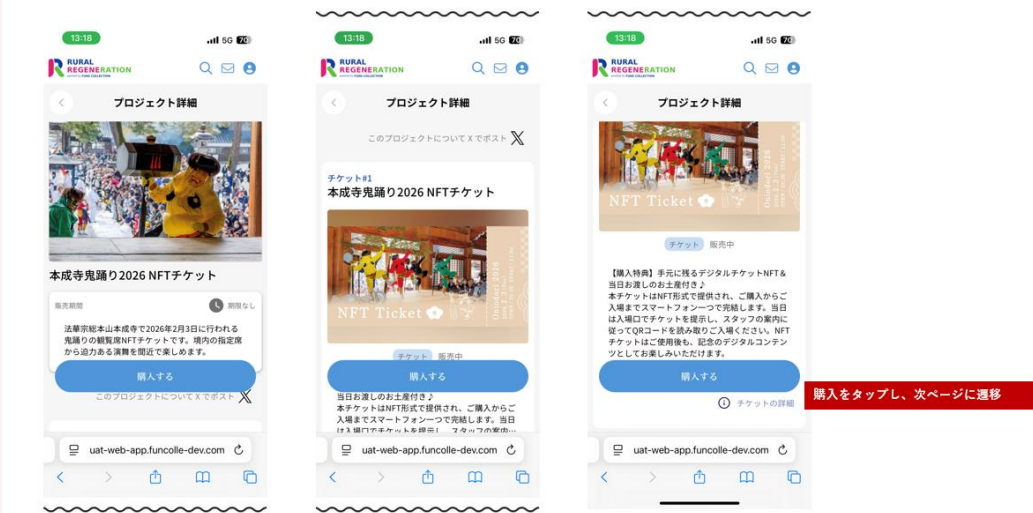
Date: Around Feb 3 (Setsubun)

Highlights:  
A powerful traditional performance held at Honjoji Temple during Setsubun.  
Watch vividly costumed oni (demons) appear and dance with dynamic movements, followed by a lively bean-throwing ritual to ward off bad luck and welcome good fortune.

(外部メディアの英語表記は出典元のまま)

# RURAL REGENERATION 画面遷移

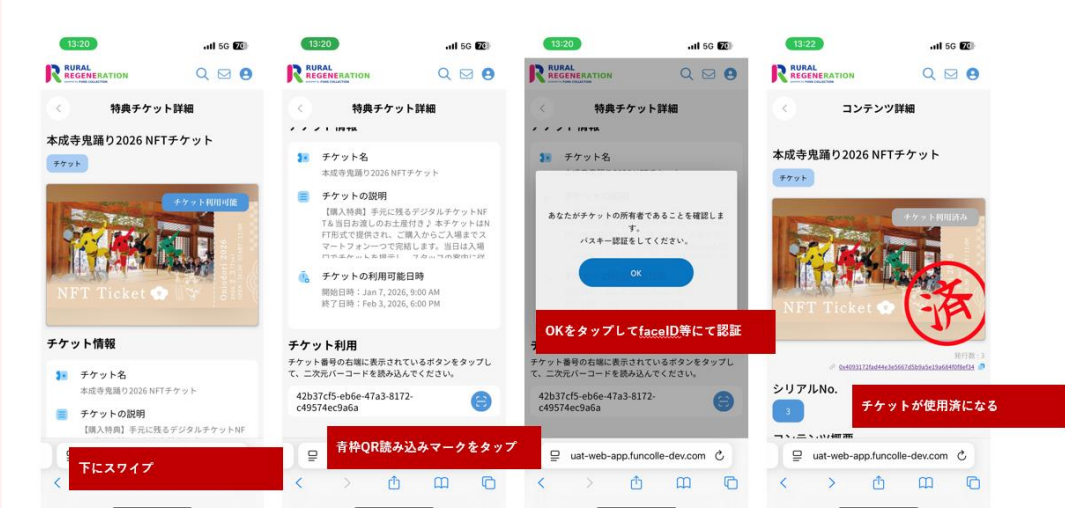
## プロジェクト詳細



## 購入ページ



## チケット使用



# 1-6. 施策② NFTチケットプレゼントキャンペーン by cocollet

施策②では、NFTチケットを無料で提供するプレゼントキャンペーンを実施した。目的は、NFT施策参加の心理的・金銭的ハードルを下げ、間口拡大を図ること、ならびにアカウント作成やチケット受領といった導線の成立可能性を検証することである。

本施策では、NFTウォレットサービス「cocollet」を活用し、ユーザーが比較的簡易にメールアドレスのみの登録でNFTを受け取れる導線を設計した。NFT施策においては、ウォレット作成や暗号資産の概念が参加障壁となるケースが多いが、NFT未関心層でも体験として自然に参加できるUXを重視した。

## cocollet NFT取得フロー



## LPでの訴求

— 無料チケットプレゼントキャンペーン —

このサイトを最後までご覧いただいた方限定でデジタルスタンプ（NFT）を無料配布中。  
2026年1月31日までに最も多く集めた方に  
先陣りの観覧券チケットを無料でプレゼントします。  
以下のURLからNFTを取得して、ぜひご参加ください！

※同立一位の場合は抽選にて当選者を決定させていただきます。

[デジタルスタンプの取得はこちら>](#)

他にも動画視聴等で取得可能！  
サイト内を探してみてください

1日1回何度も取得可能！  
毎日アクセスしてあつめよう

# 1-7. 施策③ NFTスタンプラリー

## by cocollet

施策③では、鬼踊り当日に「NFTスタンプラリー(デジタル御朱印ラリー)」を実施した。目的は、祭事体験の回遊性・没入感を高めること、ならびにNFT取得体験が参加者にとって価値として受容されるかを検証することである。

本施策では、鬼踊りの世界観に沿った複数種のデジタル御朱印を設計し、参加者が会場内で指定ポイントを巡りながらNFTを取得する形式とした。デジタル御朱印は、従来の紙の御朱印と同様に「集める」「残す」という行為と相性が良く、NFTの特性を体験価値へ自然に接続できると考えた。

また、5種全種コンプリート者に対して限定特典(御朱印帳現物)を用意することで、回遊と完走を促す設計とした。

### 案内チラシ

**参加無料**

法華宗総本山 本成寺  
鬼踊り2026

**デジタル御朱印ラリー**  
2月3日(火)  
午前10時~午後4時  
会場: 本成寺境内  
雨天決行

先着100名様に御朱印帳プレゼント

境内を巡って 鬼を探そう!

※画像はイメージです

**MAP**

本堂  
講堂  
茶室  
お経堂  
お大師様  
お不動様  
お地蔵様  
お稲荷様  
お狐様  
お猫様  
お鳥居

鬼の近くにある二次元コードを読み取るとデジタル御朱印(NFT)が取得できます。

先着100名様にプレゼント!

5種全種集めた方、先着100名様に鬼踊り2026限定デザインの御朱印帳(現物)をプレゼント!

デジタル御朱印は全部で5種類

### 参加方法・詳細

1. スマホのカメラを起動させ二次元コードを読み込んでください。  
※対応機種はiPhoneとAndroidです。
2. メールアドレスを入力してください。入力したメールアドレスにワンタイムパスワードが届きます。
3. ワンタイムパスワードを入力し、初回ログインを設定し、受け取るボタンをタップしてください。
4. 表示されたQRコードを読み取るとデジタル御朱印(NFT)が取得されます。獲得に成功すると御朱印も獲得できます。
5. 全5種コンプリートすると「スペシャルNFTも受け取る」ボタンが出現するので、タップしてください。
6. 表示された「スペシャル御朱印NFT」を交換(※任意)して販売すると御朱印帳と交換できます!

※100名様が獲得後は、コンプリートしても獲得いただくことはできません。また交換できるのは2月3日午後4時までです。それ以降は交換できません。

**さらに**

取得したデジタル御朱印は提携アプリ「NFT Shelf」をDLすると、ホーム画面にてウィジェットとしてお楽しみいただけます。

(表示方法)

1. ホーム画面を長押し
2. (iPhoneのみ) 立上の+ボタンをタップ
3. 検索ボックスに「NFT Shelf」と入力してタップ
4. 表示サイズを選択し、タップもしくは長押し
5. ウィジェットを編集/設定画面でお好みの画像を選択

※表示方法はご使用の端末により異なりますのでお調べください。

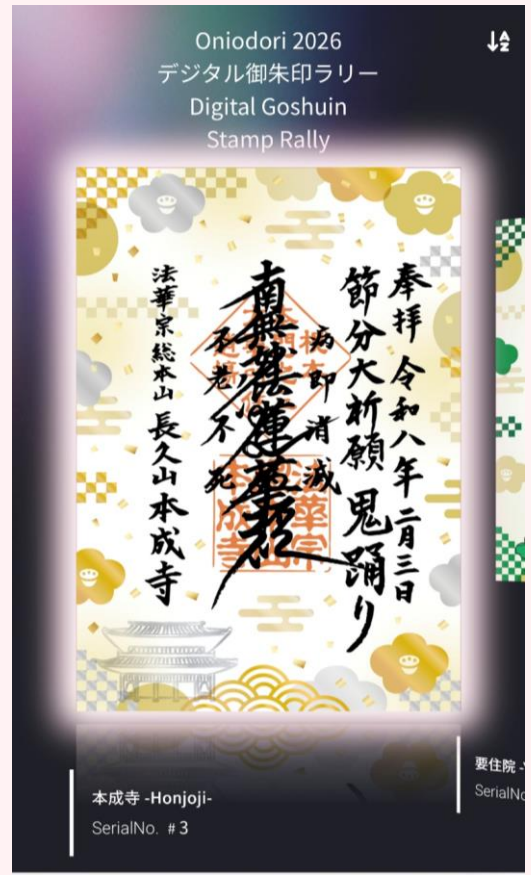
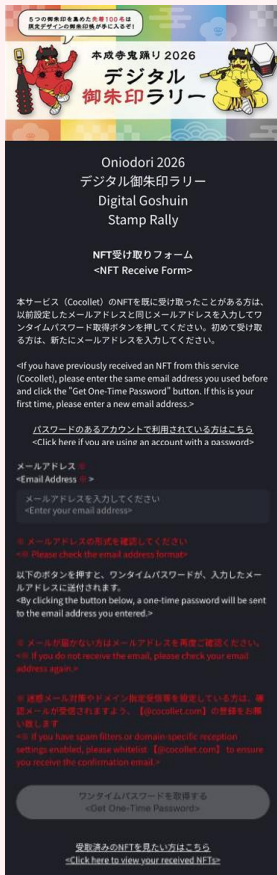
(アプリDLサイト)

iPhone Android

鬼踊り限定限定NFTチケットも販売中!  
詳細は以下のサイトよりご確認ください。

NFT Ticket

## NFT取得ページ



## コンプリート特典の御朱印帳



# 1-8. 活用事例:

## 本成寺鬼踊り 2025 デジタル御朱印ラリー

本成寺にて昨年行った「本成寺鬼踊りデジタル御朱印ラリー2025」は、弊社がNFT活用の対象として地方創生に可能性を見出していた時期に、同じ志を持つ三条市と出会ったことから始まった。三条市を代表する文化イベントである本成寺鬼踊りにおいて、2025年に初めてデジタル御朱印ラリーの実証実験を実施した。2025年の取り組みでは、祭事参加者がスマートフォンを用いてデジタル御朱印を取得し、803件のNFT取得が発生した本実証の企画設計において重要な先行事例となった。

また、先着100名に向けて準備をしたコンプリート特典の御朱印帳現物は当日14時頃には配布終了となり、コンプリート者から好評の声が寄せられた。

### 昨年の取り組みの様子



境内を巡り歩いて5つの御朱印NFTを集める

この先行事例から得られた示唆は、地方祭事においてもデジタル施策が成立し得ること、ならびに御朱印という文化的文脈を持つ体験は、デジタル化との親和性が高いことである。また、参加者が「集める」行為に楽しさを感じ、コンプリートという目標設定が行動を促すことが確認されており、本実証の施策③の設計に反映した。

また、本成寺鬼踊り2025 デジタル御朱印ラリー参加者とはNFTの所有を通じた継続接点が形成されている。そのため、本年の施策においても事前にメール配信にて告知を行った。メール配信後、2日間にて+72件のLPへのアクセスが確認でき、今後の継続接点の活用可能性が示唆された。

## 法華宗総本山本成寺 田中執事長からのコメント

本成寺の鬼踊りは、長年にわたり地元の皆さまに支えられてきた大切な行事です。一方で、担い手の高齢化や運営負担の増加、お祓いや踊りそして祭りの価値や魅力を地元以外にどう伝えていくかという点においては一定の課題と認識していました。今回、鬼踊りの特別席をNFTチケットとしてオンライン販売したのは、海外を含めた遠方の方にも事前に安心して参加していただき、鬼踊りの輪を広げていきたいと考えたからです。NFTチケットは単なる入場券ではなく、『この節祈願鬼踊りに確かに参拝した』という証を、改ざんできない形で未来に残すものだと捉えています。あわせて実施したNFTスタンプラリーも、同じ考えの延長にあります。境内を巡りながら鬼踊りや寺の歴史に触れ、その体験そのものをデジタル御朱印として持ち帰っていただく。チケットで”参加する権利”を持ち、スタンプラリーで”体験の記憶”を重ねていくことで、鬼踊りへの理解と愛着がより深まると考えました。NFTという技術は、文化を広げるだけでなく、守るためにも役立ちます。鬼踊りの意匠や名称、その由来を正しく残し、『本成寺の鬼踊りに根ざした文化である』という出自を明確にできる点は、私たちとしても大きな意義を感じています。これらの取り組みは、決して新しさを目的としたものではありません。鬼踊りを次の世代へ、そして広い地域へとつないでいくための一つの手段です。NFTチケットやスタンプラリーをきっかけに、この鬼踊りを毎年楽しみにして下さる方とのご縁が、少しずつ積み重なっていくことを願っています。

# 1-9. コラム： 地方祭事におけるNFTチケットの活用

## NFTチケットの地方祭事での活用への期待と 今後求められることについて

一般社団法人ジャパン・コンテンツ・ブロックチェーン・イニシアティブ  
代表理事 伊藤佑介

### NFTチケットの取り組みの動向

近年、ブロックチェーン技術を基盤としたNFT(非代替性トークン)をチケットとして活用する取り組みが増えてきています。アーリーアダプター層の多いWeb3領域では、特定のNFTチケットを保有する限定されたメンバーのみが参加できるSNSサービスなどがあります。これにより、関係性が強いユーザー同士による活性度の高いコミュニティが形成されています。一方で、マス層がメインのエンタメ領域でも、特に音楽業界においてNFTチケットの導入が進んできています。従来、紙のチケットでは、悪質な業者による高額な不正転売が問題となっていますが、所有履歴を透明化して管理できるNFTチケットがその解決の手段の1つとして期待されています。このようにNFTのチケットを活用した取り組みは、すでに様々な領域で始まってきています。

### NFT技術をチケットサービスに採用する意義

NFTをチケットとして利用する意義は、単なるデジタル化にとどまりません。まず第一に、グローバルへの流通拡大を促すことができる点があります。特定の国や企業などの管理主体を持たないブロックチェーンシステムを通じて、地理的な制約やプラットフォームによる囲い込みの影響を受けることなく自由に、世界中のユーザーを対象に広く販売することができます。そして第二が、高いセキュリティです。ブロックチェーンの持つ耐改ざん性により、チケットの不正な複製などの詐欺を未然に防止し、その経済的価値を安全に保護することができます。さらに第三が、収益機会の拡大です。スマートコントラクト(契約を自動執行する機能)の活用により、これまではチケットの発行元が関与できなかった二次流通(転売)時の売買からも収益が得られる仕組みを構築できます。最後がファン体験のDX(デジタルトランスフォーメーション)です。現在よくファンが行っている紙のチケットの半券をイベント参加の記念として残す体験を、NFTチケットによって唯一無二のデジタルアセットとして半永久的に残すことができるようにすることで、デジタルオリエンテッドな新たな体験価値へアップデートすることができます。

### 日本の地方の祭事でNFTチケットを活用することへの期待

上述したようなNFTチケットの特性は、日本各地で開催される文化価値の高い祭事において、インバウンド需要を取り込む手段となり得るでしょう。年々増加している海外からの観光客は現状、日本の文化体験に対して高い関心を持ちながらも情報が得られず、実際にそれらを体験することが難しい状況にあります。しかし例えば、Web3領域でグローバルで行われているようなSNS上の「GiveAway施策(NFTを活用したキャンペーン)」を通じて広く世界中に情報拡散することで、海外の訪日予定の観光客へ向けて直接NFTチケットを販売することが可能になります。また、特にNFT等のデジタルアセットに親和性の高いデジタル・SNSネイティブなジェネレーションZのような海外の若い世代に対しても、「日本の文化価値を有するNFTに参加の証として残せること」は1つの価値として訴求することができるでしょう。さらに、法制化が進み注目を集めているステーブルコインでの決済を導入すれば、特定の決済プラットフォームに依存せず、低い手数料で海外ユーザーへNFTチケットを販売することもできるようになります。

### 社会実装を進めるために今後求められること

NFTチケットには、まだいくつかの乗り越えるべき課題があります。まず第一がUX(ユーザー体験)の改善です。NFTやステーブルコインを保有するためのウォレットの複雑な操作などが、一般ユーザーにとってハードルとなっています。次が複数のマーケティングプラットフォームを横断したプロモーション手法の確立です。特定の企業のSNSやメディア等のサービスに依存することなく展開できるNFTを活用して、世界中にいる日本の文化価値に関心をもつ来日予定の観光客にリーチできるマーケティング方法が求められています。そして最後が、祭事へ参加した観光客と繋がりが続けられる仕組みです。参加後もデジタル上で保有し続けてもらえるNFTによる顧客接点を通じて、参加者に継続的なアプローチを行うことで、長期的な関係を構築できれば、クロスセルやアップセルを通じた収益向上が期待できます。以上のような課題を1つずつ解決していき、ユーザーがNFTという技術を意識することなく利用できるNFTチケットサービスへ進化させていくことで、社会実装が進んでいくでしょう。

第二章

# 地方祭りにおける NFT施策 導入までのステップ



# 2-1. 全体像

地方祭事におけるNFT施策を導入するためには、単にNFTを発行するだけでなく、目的設定から価値設計、流入設計、当日運用、効果測定、継続接点の活用までを一連のプロセスとして設計する必要がある。本章では、本成寺での実証実験で得られた知見をもとに、導入までのステップと各段階のポイントを整理する。



## 2-2. 導入ステップの詳細

- 1 導入の目的:NFT導入により叶えたい目的(KPI)の設定**

導入の第一歩は、NFT施策によって何を達成したいのかを明確にすることである。目的が曖昧なまま施策を実施すると、評価指標が定まらず、成果の検証や改善が困難になる。目的は大きく「間口拡大」「高付加価値化」「継続接点の形成」「運営効率化」などに分類できる。KPIは、売上だけでなく、LPからの行動転換率、取得者数、コンプリート率、アンケート満足度、SNS投稿数など、目的に沿った指標を組み合わせ設定することが望ましい。
- 2 価値設計:ユーザーにとってのNFTチケットである価値を設定**

NFT施策が成立するためには、参加者が「なぜこれに参加するのか」を理解できる価値設計が不可欠である。重要なのは、NFTという技術の説明ではなく、参加者にとっての体験価値を言語化することである。例えば、NFTチケットであれば「特別席」「限定特典」「参加証明として残る」といった価値要素を提示し、購入理由を明確化する必要がある。
- 3 資金配分明確化と価格設定:販管費を基とした販売価格の設定**

地方祭事における施策導入では、予算配分の透明性と、持続可能な価格設計が重要となる。NFT施策は、発行・運用コストに加え、LP制作、広報、当日運営、問い合わせ対応など複数のコストが発生する。そのため、販管費を含めた総コストを把握し、価格設定の根拠を明確にすることが望ましい。
- 4 流入経路の設計:ターゲット層によって流入経路、情報発信ツールの確保**

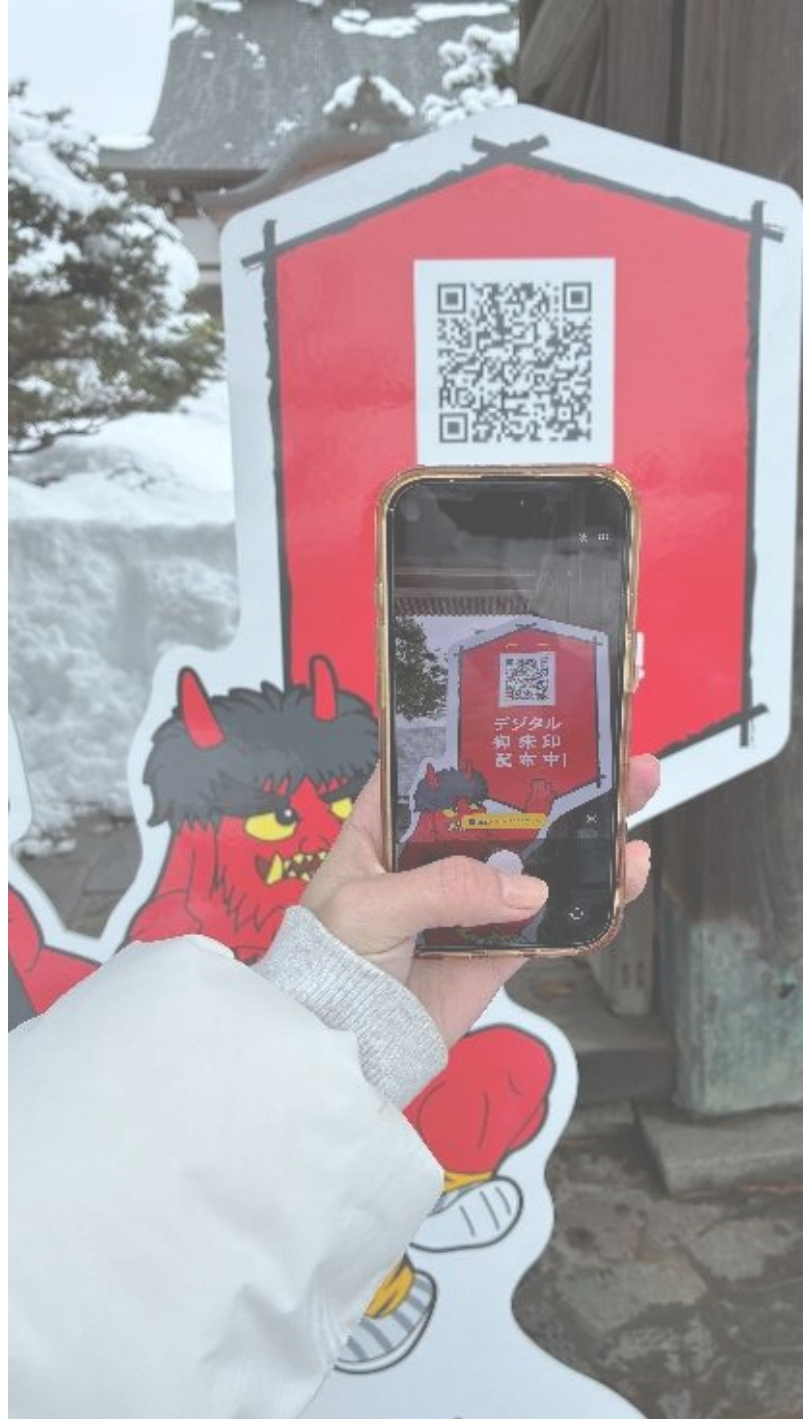
NFT施策の成果は、施策内容そのもの以上に「流入設計」に左右される。地域内導線(寺院現地、観光協会、宿泊施設、紙媒体、地域メディア等)と、地域外導線(観光動線、関連コミュニティ、Webメディア等)を分けて設計し、ターゲットに合わせたチャンネルを確保することが重要である。
- 5 情報リリース:ターゲットにより早く、深く理解してもらえる情報発信**

NFT施策では、参加者が事前に理解すべき情報が多くなる傾向がある。そのため、リリースでは「何ができるか」「どう参加するか」「何が得られるか」を最短で理解できる構成が求められる。
- 6 運営体制構築:祭事当日運営に必要なオペレーションとフロー、人材の確保**

NFTチケットやスタンプラリーを当日運用する場合、現地での案内、操作サポート、トラブル対応などのオペレーションが発生する。運営体制を十分に確保できない場合、参加者体験の低下につながり、施策全体の評価を下げる要因となる。RURAL REGENERATIONの場合、当日のオペレーションはチケット受付にて購入者に二次元コードを読み込んでもらいチケットを使用済にする作業が発生する。
- 7 効果測定:KPIに沿った効果測定**

実証実験では、結果を次の改善につなげるために、KPIに沿った効果測定が不可欠である。NFT施策の場合、LPアクセス、クリック数、取得数、コンプリート数、購入数、アンケート回収数など、行動ログを複数取得できる。
- 8 継続接点の活用:次回実施時に向けた継続接点活用計画**

NFT施策の価値は、当日だけで完結しない点にある。NFTを保有していることは参加履歴を示すと同時に、運営側にとっては次回以降のコミュニケーション対象となる。



### 第三章

## 本成寺での実証実験 結果について

## 3-1. 実証実験の目的と位置づけ

本章では、本成寺鬼踊りにおいて実施したNFT活用施策の実証結果を整理する。本実証は、販売数の最大化を目的としたものではなく、地方祭事においてNFT施策が成立する条件と、導入上の阻害要因を抽出することを主眼とした。そのため、LPアクセス・外部リンククリック・NFT取得数・アンケート結果などの定量結果に加え、自由記述を含む定性評価を統合し、総合的に評価する。

また、本実証では訪日外国人を含む観光客誘引を仮説の一つとして設定していたが、結果として訪日外国人の施策参加は確認されなかった。一方で、関東圏からのNFTチケット購入が発生したことは、国内遠方層への可能性を示唆する結果である。

## 3-2. 施策① NFTチケットの販売 by RURAL REGENERATION

NFTチケット販売では、販売枠4枚に対し、購入2枚という結果となった。販売規模としては限定的であるが、従来価格の2倍で設定したチケットに購入が発生したことは、祭事体験の高付加価値化の可能性を示唆する。

また、購入者の居住地は2名と共に関東圏であり、地域外からの購入が発生した点は成果として整理できる。これは、昨年までの寺務所での手売り販売のみの販売経路と比較して、NFTチケットの導入が「遠方からの参加」を後押しする可能性を示すものである。一方で、本実証においてインバウンド来場は確認されなかったことから、海外層への導線設計については今後の課題として整理する必要がある。具体的には認知拡大のチャネルの再検討、インバウンドツアー会社との提携などが検討できる。

LPアクセス449件のうち、NFTチケット購入導線へのクリックは36件(クリック率約8.0%)であった。一方、実購入は2件(LP全体からの購入転換率約0.4%、クリックからの購入転換率約5.6%)にとどまった。興味喚起段階までは一定程度機能している一方で、購入行動への転換において心理的・理解的ハードルが存在する可能性が示された。

購入者アンケートでは、NFTであることに対する心理的抵抗は大きくない一方で、「NFTでなくても購入していた可能性がある」とする回答が複数見られた。このことから、今回の購入は「NFTだから買った」というよりも、鬼踊りという体験自体への関心、あるいは座席や観覧価値への期待が主因であった可能性がある。

一方で、価格設定については「妥当」「内容に見合う」とする回答も見られ、価格受容性の可能性は一定程度確認された。今後、NFTチケットの販売を拡大するためには、購入者が「NFTであることの価値」を直感的に理解できるよう、参加証明として残る価値、限定性、特典設計などをより明確に設計し、価値訴求を強化する必要がある。

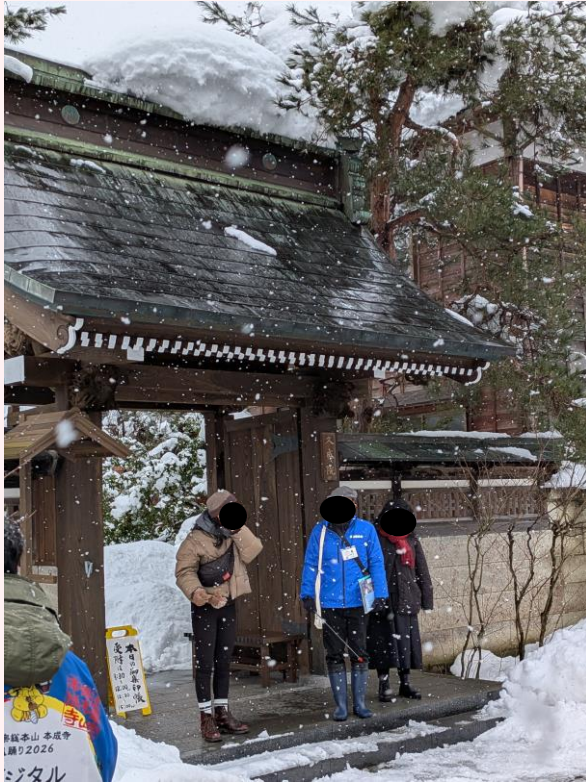
### 当日の様子

鬼踊りと鬼踊りを楽しむNFTチケット購入者



## 当日の様子

地元ガイドと共に鬼踊りを周遊するチケット購入者



入場口でのチケット確認



## 購入者アンケート①

**本成寺 鬼踊り 2026 NFT チケット ご購入者アンケート**

このアンケートは今後の祭事運営の参考にさせていただくための調査です。所要時間は約3分です。

Q1. お住まいの地域を教えてください。

新潟県三条市内  新潟県内（市外）  新潟県外（国内）（千葉）  
 海外（ ）

Q2. 本成寺 鬼踊りへの参加は何回目ですか？

初めて  2~3 回目  それ以上

Q3. 年代と性別を教えてください。

~20代  20~30代  40~50代  60代~ / （男性・女性・未回答）

Q4. このチケットのことをどこで知りましたか？

チラシ  ネット検索  各種メディア PR 記事・トリップアドバイザー・その他（ ）  
 口コミ  その他（ ）  
*伝統芸能にたいする興味や愛着、季節行事の楽しみ*

Q5. ご購入時点で、「NFT チケット」がどのようなものが理解していましたか？

よく理解していた  なんとなく理解していた  
 あまり理解していなかった  よく分らないまま購入した

Q6. 今回のチケットを購入した理由を教えてください。（複数選択可）

事前に確保できるから  記念として手元に残るから  
 限定性・特別感があるから  面白そうだったから  
 応援・支援の気持ち  その他（ ）

Q7. もしこれが「通常の電子チケット」だった場合、購入していたと思いますか？

確実を買っていた  たぶん買っていた  どちらとも思えない  買わなかったと思う

Q8. 今回のチケットの価格についてどう感じましたか？

安い  妥当  少し高いが納得できる  高い

Q9. 「NFT」のチケットであることに抵抗はありましたか？

全くなかった  あまりなかった  どちらとも思えない  少しあった  あった

Q10. 「記念として残るデジタルチケット」なら、通常より高くても購入したいと思いますか？

ぜひ購入したい  内容次第  高いなら買わない  どちらでも変わらない

Q11. 実際に使ってみて、良いと感じた点は何ですか？（複数選択可）

記念として残る  スマホで完結して便利  受付がスムーズだった  特典や体験と連動していた  
 特になし

Q12. 使用後もデジタルの記念品として残ることに価値を感じますか？

とても感じる  少し感じる  あまり感じない  全く感じない

Q13. 他の祭りやイベントでも、同様の仕組みのチケットがあれば使いたいですか？

ぜひ使いたい  内容次第  あまり使いたくない  使いたくない

Q14. 主催者側がこのような仕組みを導入することについてどう思いますか？

とても良い  良い  どちらとも思えない  あまり良くない

ご要望やご感想がございましたらご記入ください。

*今後の鬼踊りの開催に期待*

- アンケートにご協力いただきありがとうございました -



LPアクセス数は449件であり、そのうち無料キャンペーン参加者数は12名であった。したがって、LPアクセスに対する無料キャンペーン参加率は約3%となる。

また、LPの離脱ページはトップページでの離脱が約66%を占めており、滞在時間も0~30秒が約65%と短時間離脱が多数を占めた。この結果から、LPへ流入したユーザーの多くが、施策内容を十分に理解する前に離脱していた可能性がある。

以上より、無料キャンペーンが十分に認知されていなかった、あるいはLP上で施策の魅力が伝わり切らず参加行動に至っていなかった可能性が示唆される。

当施策は施策③とは異なり「無料でNFTを取得できる」という形でNFTという言葉在前面に出したコミュニケーションを行った。「NFTを無料取得できる」という技術訴求を前面に出した結果、「何が得られる体験なのか」という生活者視点での価値提示が相対的に弱まった可能性がある。改善策として、「デジタルスタンプを集めて、観覧席チケットを無料で取得しよう」など、ユーザーにとっての価値にフォーカスした訴求が必要であったと考えられる。

NFTを今後、同様の無料キャンペーンを実施する場合は、参加方法をより分かりやすく整理した情報発信、ならびにLP上での訴求改善(参加メリットの明確化、導線の視認性向上等)が必要である。

## 3-4. 施策③ NFTスタンプラリー(デジタル御朱印ラリー) by cocollet

NFTスタンプラリー(デジタル御朱印ラリー)では、6種合計の取得数289件、取得者64名、コンプリート41名という結果が得られた。取得者のうちコンプリートした割合は約64%(41/64)であり、比較的高い完走率であった。

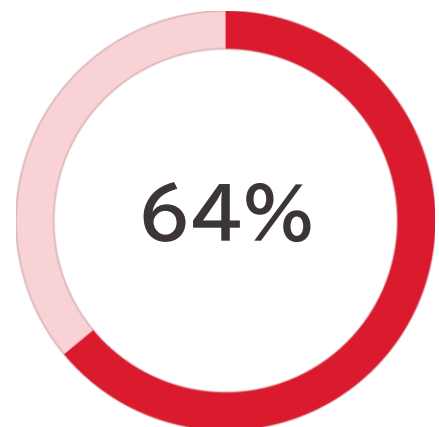
また、最も取得数が多かった御朱印は「赤鬼」デザインで、発行数は53件であった。

当日は悪天候であり、加えて平日開催であったことから、来場環境としては不利な条件であった。その中でも取得・コンプリートが一定数発生したことは、地方祭事においても「スマートフォンで集める体験」が成立し得る可能性を示唆する。

当施策は施策②とは異なり、NFTという言葉在前面に出さず、「デジタル御朱印」という言葉を用いてコミュニケーションを行った。「デジタル御朱印を集めて、特典の御朱印帳を無料で取得しよう」というコミュニケーションは、ユーザーにとって求められている行動と得られる体験がイメージしやすく、参加モチベーション向上に繋がったと考えられる。

アンケートにおいても、デジタル御朱印ラリーに対して好意的な声が多く確認されており、体験価値として受容されている可能性が高い。特に、御朱印を集める行為そのものが祭事の世界観と親和性が高く、回遊性や没入感を高める施策として機能したと考えられる。また、昨年配布した御朱印NFTをウィジェットとしてスマートフォンとホーム画面に設定したユーザーなども見受けられ、NFT関心層以外でもNFTを保有するという体験を楽しむユーザーも確認された。

一方で、本施策は昨年(2025年)の実施と比較すると参加者数が減少している。その主な要因としては、平日開催であったこと、ならびに悪天候であったことが影響した可能性が高い。今後、施策効果を安定的に検証するためには、開催曜日や天候条件の影響を考慮しつつ、複数年にわたるデータ蓄積が必要となる。



コンプリート率

取得者64名中41名

## 当日の様子

鬼の仕器を設置したNFT取得スポット

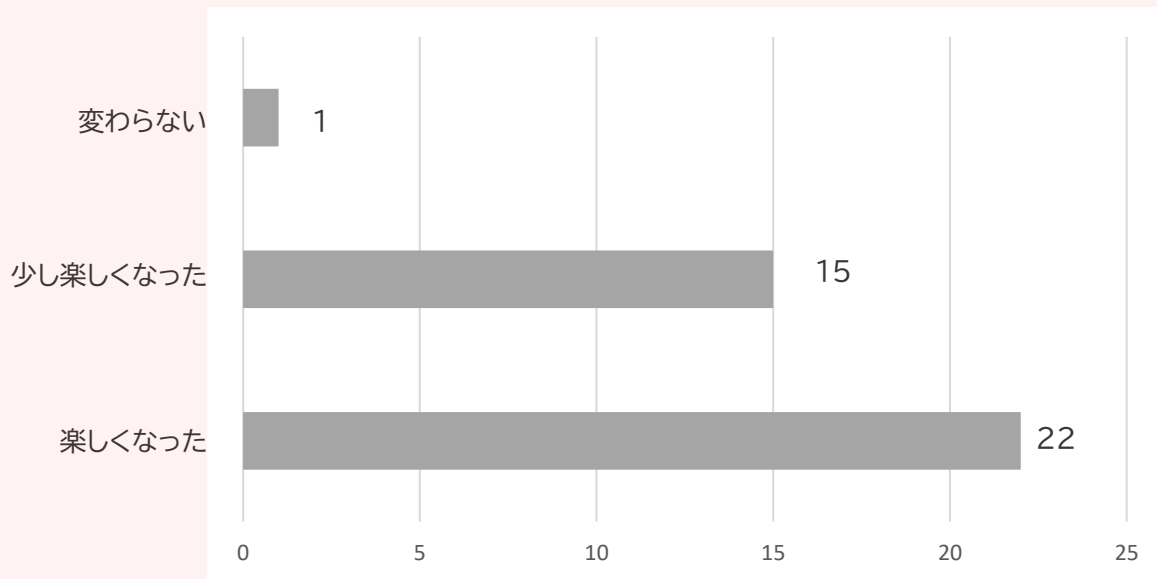


コンプリート特典引き換え場所と交換に訪れた参加者



## アンケート結果 ※n=38

当施策によって、鬼踊り自体の体験は楽しくなりましたか？



自由記入でいただいたお声

【E. その他】

ご要望や感想がございましたらご記入ください。

昨年と比べて「アクセス」が  
よかったです！  
（急にGPTで「きまろ」 😊）

【E. その他】

ご要望や感想がございましたらご記入ください。

私は毎年2月3日に参加しています。  
この企画は、あれは楽しいです。  
今年は雪だの少ないようだから  
昨年は晴れていたのにスマホ片手に探している人が多かったよ。  
今年は雪でスタメン参加しようとした。  
もう少し彼らに防寒対策ができてらうかな、  
と思いました。  
企画にかかわった方々の感謝が  
平常でありますように。

【E. その他】

ご要望や感想がございましたらご記入ください。

人の通りが少ない時間の参加だったので、スムーズに進めてよかった。

【E. その他】

ご要望や感想がございましたらご記入ください。

こ"れは11のちまろ元"じ"よ - !!

## 3-5. 実証実験を踏まえた成果

### 実証実験を踏まえた成果

本実証を通じて得られた成果は、以下の3点に整理できる。

#### デジタル体験の成立



デジタル御朱印ラリーが取得者64名、コンプリート41名(完走率約64%)という結果となり、悪天候条件下においても地方祭事でデジタル体験が成立する可能性が確認できた。

#### 高付加価値モデルの検証



NFTチケット販売において、従来価格の2倍で設定したチケットに購入が発生し、関東圏からの購入も確認されたことから、地方祭りにおける高付加価値化および遠方誘引の可能性が示唆された。

#### 行動ログの可視化



LPアクセス数449件、外部リンククリック(NFT購入36件、スタンプ取得33件)などの行動ログを取得し、導線上のボトルネックを可視化できたことは、次回改善に向けた重要な資産となった。

また、当日運用において重大トラブルが発生しなかった点は、NFT施策が現地で運用可能であることを示す成果といえる。

## 3-6. 実証実験を踏まえた課題

本実証で抽出された課題は、主に「流入設計」「価値訴求」「情報発信の分かりやすさ」の3点である。

特に、当初仮説として設定していたインバウンドを含む観光客層への到達は実現できず、結果として訪日外国人のNFT取得は0名となった。これは施策の魅力不足というよりも、旅行動線上での接点不足、ならびに多言語導線・販売導線の不足による課題として整理できる。

また、LP離脱がトップページで約66%、滞在時間0~30秒が約65%であったことから、流入したユーザーが施策内容を理解する前に離脱していた可能性が高い。このことは、LP上での訴求設計および情報発信内容を、より分かりやすく整理する必要性を示している。

NFTチケットについては、購入者アンケートにおいて「NFTでなくても購入していた可能性がある」という回答が複数見られた。今後、NFTである価値をより明確に設計し、参加証明性や限定性、特典設計などを通じて、購入理由として成立させる必要がある。

SNS上での投稿は14件確認されたが、NFT関心層によるリポストが中心であり、三条市周辺の実購買層に対してSNS上では十分に到達できていない可能性が示唆された。次回以降は、地域内導線と地域外導線を分けて設計し、ターゲットごとに最適なチャネルを確保することが望ましい。

#### 価値訴求

NFTの参加証明性独自特典を明確化



#### 導線の確保

多言語・販売導線と地域別チャネル設計



#### 情報発信の分かりやすさ

LPの導線と訴求を簡潔に整理

## 3-7. 来年以降検討すべき取り組み

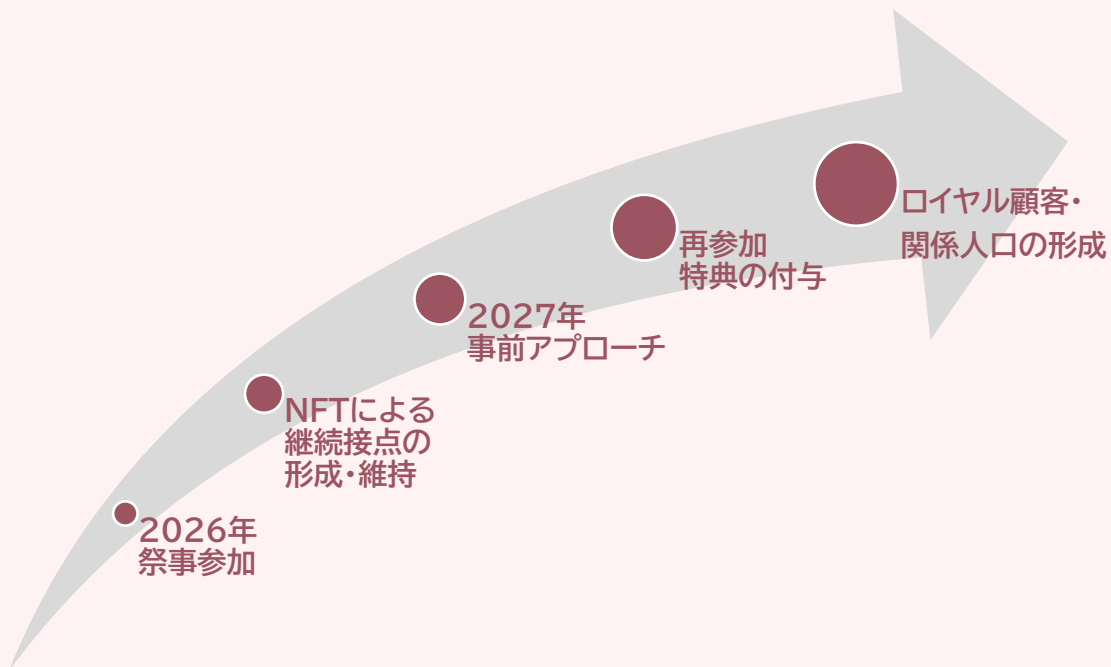
NFT施策の価値は、単年の成果に留まらず、継続実施によって最大化される。特に、NFTを保有していることは参加証明として残り、次年度以降のコミュニケーション対象となるため、継続接点活用を実装することで関係人口形成に寄与する可能性がある。

また、NFTの保有状況はブロックチェーン上で参照可能なデータとして扱うことができるため（※個人情報ではなくウォレット単位）、特定のサービスや事業者に関しない形で参加証明を扱える点に特徴がある。これにより、企業や団体を越えた共用性を持ち、将来的には自治体・観光事業者・周辺祭事など、団体やサービスを横断した連携施策（例：周遊特典、複数祭事連携、地域内回遊促進等）へ拡張できる可能性がある点は、NFT活用の魅力である。

さらに、NFTを起点とした継続接点の活用により、翌年以降の集客を効率化し、事業としての収益性を安定化させることができれば、運営資金の確保や持続可能性の向上につながる。これは、結果として担い手不足といった地方祭事の構造的課題に対しても、間接的に貢献し得る可能性を示唆する。

具体的には「昨年参加者への事前アプローチによる効率的な集客」「昨年参加者に対する参加特典によるロイヤル顧客醸成」「周辺の自治体の祭事とあわせて参加することへの特典付与による地域活性化」などがあげられる。来年以降の検討事項としては、①流入導線の再設計（地域内導線強化、観光動線連携）②価値訴求の改善（特典設計、参加後体験の提示）③多言語対応とインバウンド導線の確保、が挙げられる。また、複数年にわたりデータを蓄積することで、施策効果の検証精度を高め、他地域への横展開可能性をより明確に示すことができる。

### 関係人口形成までのロードマップ



# 3-8. コラム:祭事運営視点からの考察

## 地方祭事が直面する「二つの欠乏」をどう超えるか ——「稼ぐ力」と「担い手」を同時につくるNFT活用の現在地

株式会社オマツリジャパン取締役 菅原健佑

### 地方祭事が直面する「二つの欠乏」

現在、全国の地方祭事は共通して二つの欠乏に直面している。一つは「資金不足」である。原材料費や人件費の高騰に対し、地域内からの協賛金集金力が相対的に低下していることによる収支構造の悪化だ。もう一つは「担い手不足」。これには、祭りの計画・実行を担う中心人物と、それを支える周辺参加者の双方が減少しているという二層の課題がある。これらを解決し祭事を継続させるためには、地域外から資金を募る「稼ぐ力」の強化と、単なる観光客(交流人口)を、祭りに愛着を持ち継続的に関わる「関係人口」へと深化させる仕組みづくりが不可欠である。

### NFT活用がコミットできる領域:課題解決の「二兎」を追う

この二重の課題に対し、NFT(Non-Fungible Token)という技術は、うまく機能すれば双方をワンストップかつシームレスに解決する有効な一手となり得ると考える。特別な体験を付加価値とした高単価チケット販売による「稼ぐ力」の強化と、それを保有することでコミュニティへの帰属意識を高め、継続的な関わりを促す機能。この両輪を同時に、かつ滑らかに回せる可能性を秘めている点にこそ、地方祭りにおけるNFT導入の本質的な価値があるからだ。

### 本実証実験から読み取れる成果と次なる論点

本実証実験の報告書を参照すると、本成寺鬼踊りにおいては従来の倍額となる5,000円でのNFTチケット販売に対し、遠方(関東圏)からの購入者が発生したことが確認できる。また、併せて実施されたデジタル御朱印ラリー(NFT)においても、参加者の6割以上がコンプリートするなど現地での回遊性向上に一定の成果が見られた。ただ、チケットが売れたのは「鬼踊り」という祭事コンテンツ自体の魅力が評価された結果とも捉えられるし、デジタル御朱印ラリーについても、果たして「NFTという形式」に必然性があったのかについては、冷静な検証が必要である。

地域との継続的な関わりを求める層にとって、価値の源泉はデジタルデータそのものではない。「そのNFTを持つことで、どんな特別な体験が得られるのか」という点に尽きる。私見ではあるが、地域外の人々をターゲットにするならば、NFTを購入することで得られるメリットを、より「手触り感のある形」で提示する必要があるのではないかと考える。例えば、「一見」ではアクセスできない地域のニッチな情報に触れられたり、祭りの後に住民と膝を突き合わせて直会(なおりい)に参加したりといった、金銭では買えない「交流」や「体験」だ。単なる技術の実装にとどまらず、その奥にある「コミュニティの熱量」や「リアルな体験価値」を可視化できた時、初めて「NFTのポテンシャルを真に発揮できた」と言えるのではないだろうか。

### コミュニティへの「パスポート」としての進化

今後の展望として、本実証で確認された「稼ぐ力」の可能性を、もう一つの重要課題である「担い手不足」の解消、すなわち「関係人口の深化」へと同時に接続するかが焦点となる。その実装においてははじめから高度な技術体験を求める必要はない。例えば、メッセージツールなどの普及率の高いツールで心理的なハードルを下げ「交流」を生み出し、その奥にあるコミュニティへ深く関わるためのアクセス権としてNFTを位置づけるアプローチはどうだろうか。NFTを導入すれば自動的にコミュニティの参加者が定着するわけではない。まず地域側に、外部の人材を受け入れる土壌や魅力的なコミュニティが存在し、その輪に入るための「パスポート」としてNFTが機能した時、その真価が発揮されるはずだ。

第四章

# 使用サービスについてのご紹介

## 4-1. 今回使用したサービスについて

本実証では、NFTチケット販売およびNFT施策を実装するために、複数のデジタル基盤を活用した。具体的には、NFTチケットの販売・発行・当日提示に「RURAL REGENERATION」を使用し、NFTの取得・保有体験を支えるウォレットとして「cocollet」を使用した。

地方祭りにおけるデジタル施策導入では、技術選定が成果に直結する。特に、参加者の多くがNFTに馴染みがない場合、ウォレット作成や操作が参加障壁となるため、UXの簡易性が重要となる。また、当日運用においては、現地スタッフのサポート体制と、画面設計の分かりやすさが施策の成立を左右する。

本章では、今回使用したサービスの概要を記載する。

## 4-2. RURAL REGENERATION について

RURAL REGENERATIONは、地方文化イベント・祭りにおけるNFTチケット販売を目的に構築した基盤である。本実証では、NFTチケットの発行、保有表示、当日提示、二次元コード認証といった一連の機能を実装し、現地運用を通じて検証した。

導入にあたっては、流入元設定、販売内容設定、チケットデザイン制作、発行スケジュール設定、当日運用フローの策定が必要となる。また、イベント規模や導入目的に応じて、必要機能(多言語対応、CRM機能、決済手段等)を段階的に拡張することが望ましい。

販売手数料:原則販売価格の20%を販売手数料

※FUNSCOLLECTIONでの販売のみ(NFTデザイン制作等別途)

NFTチケット発行リードタイム:必要情報ご支給から2週間程度

## 4-3. cocollet について

cocolletは、NFTの取得・保有を簡易に行うためのウォレットサービスである。cocollet内で、本実証実験でも活用した「指定の組み合わせ・数量をコンプリートすることでコンプリート特典NFT発行」をはじめ、「NFTの合成」、「チケット機能付きNFTの発行」などNFTによる体験を提供するための様々な機能を持つサービスである。また、提携アプリ「NFTShelf」との提携で、「ユーザー同士でのNFT譲渡・交換」「NFTのウィジェット登録」が可能となる。本実証では、NFTチケットプレゼントキャンペーンおよびNFTスタンプラリーにおいて、参加者がNFTを受け取る導線として活用した。

地方祭りにおけるNFT施策では、参加者の多くが暗号資産やウォレットに馴染みがないため、UXの簡易性が施策成立の鍵となる。cocolletのようなサービスを活用することで、参加者の操作負担を軽減し、体験としての参加を成立させやすくなる。

システム利用料:50万円(初期費用)

NFT発行費用:10万円/1種

※cocolletの使用のみ(NFTデザイン制作等別途)

NFT発行リードタイム:必要情報ご支給から2週間程度

# おわりに

本実証実験は、地方祭りにおけるNFT活用の可能性を検証することを目的として実施したものである。単なるデジタル化の導入にとどまらず、NFTの持つ耐改ざん性、限定性、参加証明性といった特性が、地方祭りの持続可能性向上に寄与し得るかを検討した。

実証の結果、NFTを活用することで体験の記録化や継続接点の形成といった新たな可能性が確認された一方で、NFTという技術そのものを前面に打ち出すことが、必ずしも生活者にとっての価値訴求と一致しない場面も見受けられた。

アンケート結果からは、NFTであることへの心理的抵抗は大きくないものの、「NFTだから購入・参加した」という回答は限定的であり、体験価値そのものや祭りへの関心が購入・参加動機を中心であったことが示唆された。このことは、技術の新規性を強調するだけでは十分ではなく、生活者にとって分かりやすい便益設計や体験価値の明確化が不可欠であることを示している。すなわち、NFT活用の本質は「NFTを導入すること」ではなく、「体験価値をどのように設計し、その結果としてNFTがどのような役割を果たすか」にある。

また、NFTはブロックチェーン上で参照可能な参加証明として機能し、特定の事業者に関じない共用可能なデータ基盤となり得る。この特性を活用すれば、単一の祭り内にとどまらず、自治体や観光事業者、周辺祭りとの横断的な連携施策へ拡張する可能性もある。こうした連携が実現すれば、地域単位での関係人口形成や回遊促進につながることを期待される。さらに、NFTを起点とした継続接点の設計により、翌年以降の効率的な集客やロイヤル顧客の醸成が可能となれば、収益構造の安定化にも寄与し得る。これは結果として、地方祭りが抱える担い手不足や資金面の不安定さといった構造的課題に対して、間接的な支援策となる可能性を示唆するものである。本実証は、NFT活用の「成功事例」を示すものではなく、実装に向けた論点と課題を明確化した検証プロセスである。

今後は、生活者視点に立った価値設計、多言語対応を含む流入導線の最適化、複数年にわたるデータ蓄積と効果検証を通じて、NFT活用の実装精度を高めていく必要がある。地方祭りの持続可能性向上に向け、デジタル技術をいかに文化体験と接続するか。その検討は、今後も継続していくべき重要なテーマである。本実証は、地方祭りやデジタル技術を接続する実装検証の第一歩である。本書で整理した成果および課題が、他地域における検討・導入の基礎資料として活用されることを期待する。