



2030年を見据えたイノベーションと未来を考える会
イノベーション・エグゼクティブ・ボード (IEB)

企業は、Web3.0と メタバースにいか に取り組むべきか？

目次

04 パート1

Web3.0とメタバースの現状と課題

- 05 Web3.0・メタバースの定義と構成要素
- 10 Web3.0・メタバースに欠かせないキーワード
- 11 現在の取り組み状況、期待と疑念
- 12 Web3.0とメタバースを取り巻く課題
- 14 ビジネスに活かす上で待ち受けている主要課題と障壁に関する討議
- 15 議論のまとめ

パート2

16 企業はWeb3.0とメタバースに いかに取り組むべきか

- 17 Web3.0事業の実践で得た気づきと可能性
- 22 企業のWeb3.0・メタバース活用シナリオ
- 24 事業化の可能性をさぐるディスカッション
- 26 議論のまとめ

イノベーション・エグゼクティブ・ボード 企業は、Web3.0とメタバースに いかに取り組むべきか？

アクセンチュアが発足した「2030年を見据えたイノベーションと未来を考える会——イノベーション・エグゼクティブ・ボード (IEB) は、2022年10月27日に2022年度の第2回「テーマ別会議」を開催。「企業は、Web3.0とメタバースにいかに取り組むべきか？」をテーマに、有識者を招いて議論を行った。前半では「Web3.0とメタバースの現場と課題」、後半では「企業はWeb3.0とメタバースにいかに取り組むべきか」を主な議題にしている。参加者は、以下のIEBコアメンバーと有識者（役職は会議開催時点のもの）。

コアメンバー（敬称略）

新浪剛史（議長）

サントリーホールディングス株式会社
代表取締役社長

峰岸真澄

株式会社リクルートホールディングス
代表取締役会長 兼 取締役会議長

村林聡

株式会社インターネットイニシアティブ
取締役副社長

吉田憲一郎

ソニーグループ株式会社
代表執行役会長 兼 社長 CEO

江川昌史（主幹事）

アクセンチュア株式会社
代表取締役社長

牧岡宏

アクセンチュア株式会社
専務執行役員
ビジネス コンサルティング本部
統括本部長

立花良範

アクセンチュア株式会社
専務執行役員
最高執行責任者

有識者（敬称略）

椎名茂

マーヴェリック株式会社
代表取締役社長、Chief Executive Officer

プレゼンター

市川博久

アクセンチュア株式会社
執行役員
テクノロジー コンサルティング本部成長戦略統括 兼
メタバースコンティニュームビジネスグループ統括

パート1

Web3.0とメタバースの 現状と課題

はじめに、アクセンチュアが議論のたたき台となる基礎的情報として、「Web 3.0とメタバースの現状」と「Web3.0とメタバースを取り巻く課題」について説明をし、続いて参加者の現状認識と課題についてディスカッションを実施しました。

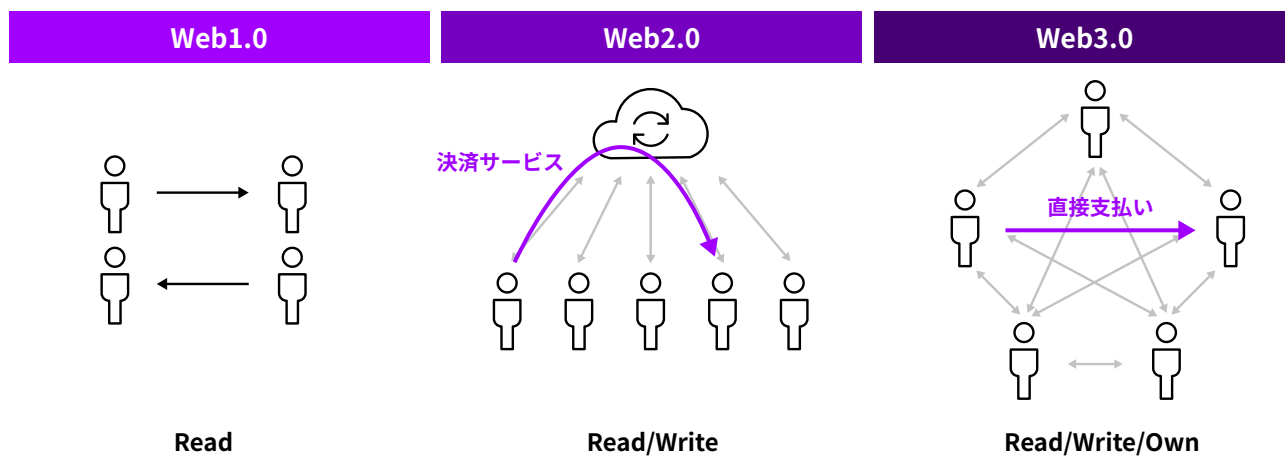
Web3.0・メタバースの定義と構成要素

2021年にバズワードとなった「Web3.0とメタバース」への期待が高まる一方で、統一された定義や実像が曖昧なため、まずWeb3.0の位置づけを整理して以下に示す。

図1: Webの発展段階

	Web1.0	Web2.0	Web3.0・メタバース
	一般消費者へのインターネット普及 	プラットフォームによる中央集権化 	トークン経済圏の台頭と分散化 
登場したデジタル技術	ブラウザ、Webサイト、高速NW	モバイル、SNS、ビッグデータ解析	ブロックチェーン、XR、高度なCG技術
人々の行動変化	デジタルコンテンツを消費	プラットフォーム下でデジタルコンテンツを生成、コミュニティを形成	デジタルコンテンツの資産性が担保、自律的コミュニティ形成の加速
消費者を動かすもの	メディアのマルチ化、マス消費者へのリーチ拡大	パーソナライズされたデジタルメディア、高精度な広告	共創感、オーナーシップ、パーパス、熱狂
企業側のビジネスモデル	機能・品質を提供 (売り切り)	体験・成果を提供 (サブスク・レベシエア)	消費者の共創・帰属意識の醸成 (アップフロント・キャピタルゲイン)

図2: Webで可能なこと



©Shigeru Shiina

Web3.0・メタバース時代到来に伴う ビジネスモデルの変容

Web3.0・メタバース時代に企業が消費者を動かすには、トークン経済圏や自律的コミュニティの形成を踏まえ、「共謀者」として消費者と一緒に創っていく「共創感」を醸し出す必要がある。消費者の関わり方も、製品やサービスの単なる受け手にとどまらず、オーナーシップをもって共通のパーパス・熱狂を持ち合いながら進めていく形になる。ビジネスモデルの変容のイメージは次の通り。

Web1.0時代：製品やサービスの生産→消費者に販売

Web2.0時代：サブスクリプションによる定期課金サービス／レベニューシェア（収益分配）

Web3.0時代：製品生産前に共感した消費者が共謀者としてアップフロント（前払い）でNFT購入→共に事業価値を高め、企業側はそのキャピタルゲインを得る（一例）

Web3.0におけるビジネスはまだ模索が始まったばかりだが、Web2.0までとの最大の違いは「own」、つまりブロックチェーンによってデジタルコンテンツを所有できるようになった点にある。

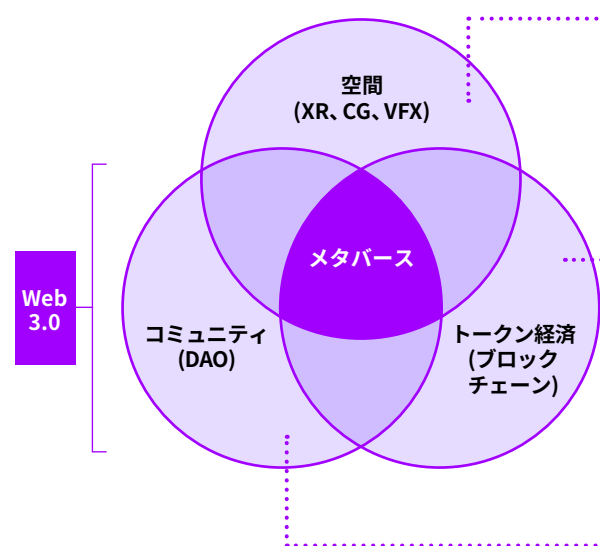
Web3.0・メタバースの3つの構成要素

Web3.0・メタバースの捉え方には諸説あるが、アクセントでは「コミュニティ」「トークン経済」「空間」という3つの構成要素に分解して定義した。まず、人々が集うコミュニティを支えるものが「DAO（“Decentralized Autonomous Organization”：分散型自律組織）」である。DAOのポイントは2点。1つは、コミュニティ内で掲げた目的に取り組んだ人に、貢献度合いに応じて報酬が支払われる、インセンティブ・メカニズムを可視化できること。2つめは、社会全体から必ずしも価値があると見なされないが、DAOの中で認められたモノやコトに対して新たに価値を付加できること。

次に、DAOが掲げる目的を達成する上で、必要となる経済の仕組みはブロックチェーンによって、通貨的な意味合いはトークンによって実装される。また、DAOに参加する際の参加表明書としてのトークンの利活用は「電子住民票」のようにも扱われることもある。

このDAOとトークン経済をWeb3.0の2大要素と捉え、両者を増幅する場としての「空間」が3つ目の要素となる。空間における仕組みやサービスには、XR（Cross Reality）、グラフィックの描画技術、CG、ゲームエンジンなどが挙げられる。アクセントでは、これらの3要素が重なる領域を高次の意味でのメタバースと位置づけた。

図3: 高次の意味でのメタバース



各要素の役割

Sense of Belonging & Psychological Safety

物理制約下であっても高い描画技術、没入感を提供するXRデバイスによって、他者と同じ空間を過ごすことが可能に。また、アバターを介すことにより、心理的安全性が担保され、コミュニケーション活性化にもつながる。

Decentralized Economy

社会全体からは価値があると見なされ難く、特定コミュニティやファンのなかでのみ良しとされるモノやコトに対しても価値を付加することができる。DAOと対を成すものであり、DAO参加 証明としてガバナンストークンを発行するケースも。

Purpose / Enthusiasm & Collaboration

Web3.0、メタバースの駆動力とも言えるのが分散型自律組織（DAO）であり、中核には存在意義、活動パーパスが据えられている。誰でも参加可能で、報酬とオーナーシップは分散、インセンティブメカニズムも可視化されている。

DAOがもたらす新しい事業の形

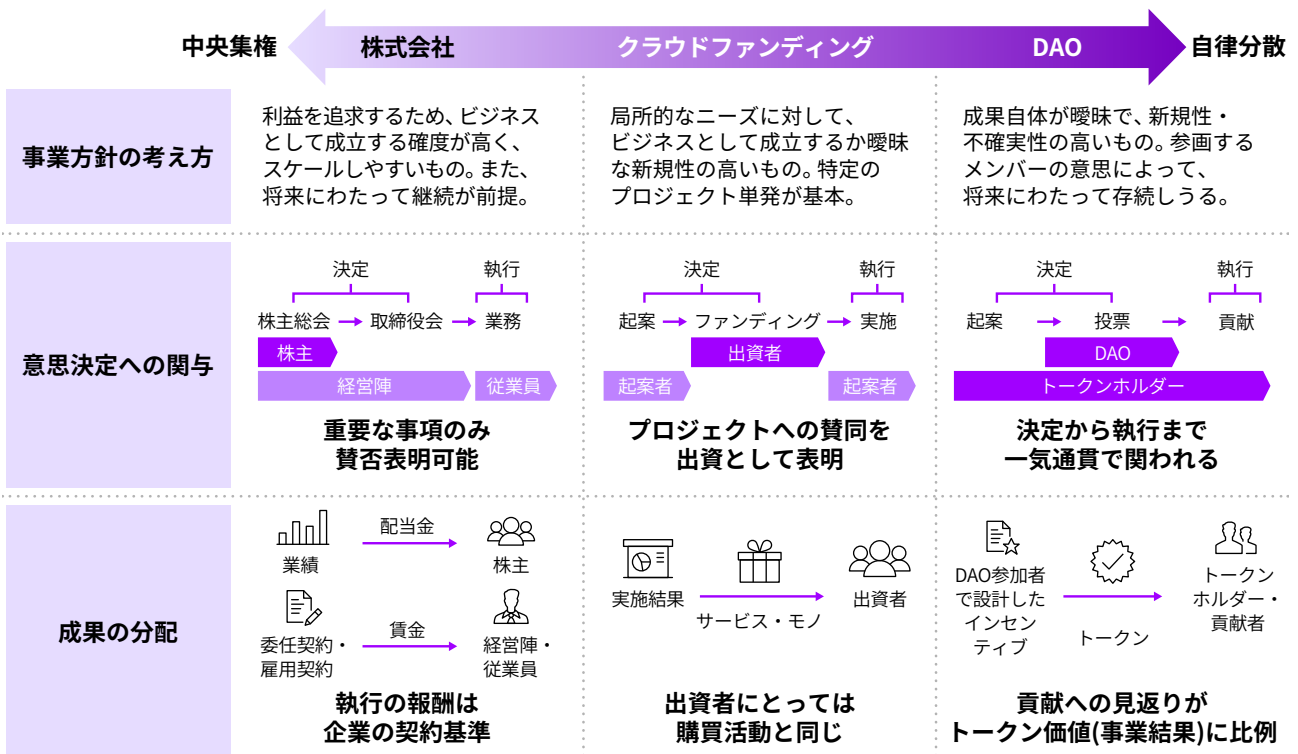
DAOの仕組みを株式会社と対比しながら解説したのが図4。株式会社は、株主のオーナーシップの下で報酬やリスクを中央集権的に管理して事業を営むのに対して、DAOは誰でも参加でき、報酬やリスクも分散されている。意思決定への関与については、株式会社は株主（重要事項）と経営陣（各業務）に限られる。これに対してDAOは、トークンを保有する参加者がコミュニティ運営にかかわる重要事項、個別業務について、投票等を通じて全員がフラットに意思決定に関わる。さらに、意思決定のみならず、コミュニティ内での執行活動に対しても貢献者として関われる。成果の分配は、株式会社は配当金や株価の形で株主に還元され、従業員には雇用契約に基づく賃金が支払われる。DAOは透明性のあるインセンティブ・メカニズムの下、貢献の度合いによって報酬（トークン）が支払われる。

それぞれの特性を考慮すると、命題がクリアで経済性合理性が有効な事業では株式会社という形態が一番フィットする。株式会社とDAOの間に位置づけたクラウドファンディングは、局地的なニーズ、あるいはニーズが潜在的なサービスや製品に対して有効であるが、出資者は意思決定等に関わりづらく、消費者による購買活動と同じような位置づけとなる。一方で、クラウドファンディングの出資者は、執行者としても貢献したいと思っているケースが多いため、DAOについても社会実装が進めば、大きく広がっていく可能性がある。

【事例】人口800人の限界集落・山古志地域の挑戦

2005年に新潟県長岡市に合併された山古志地域。2004年の中越大震災当時は約2,200人だった旧山古志村の人口は約800人まで激減し、市の行政に住民の声が届きづらい状態が続いていた。この状況を打開するためDAOを活用。2021年12月に、同地の養殖で有名な錦鯉をデザインしたNFTを発行し、あっという間に1,000部近くに達した（2022年7月現在950部。限定10,000部）。NFTを購入するとデジタル住民票を獲得できる。海外デジタル村民になった人も多く、山古志地域発展に貢献している。結果的として行政だけではカバーしえない限界集落エリアの財源確保につながった。

図4: 中央集権的な株式会社と自律分散型のDAO



新たなトークン経済圏への期待～法定通貨と暗号資産に本質的差はない

企業が独自の経済圏を作って利活用できるトークン経済と、従来のフィアット経済の違いは以下の通り。

フィアット経済：汎用性が高い、中央銀行が発行する法定通貨で賄われている経済圏。例えば日本では、日本銀行が国内全域で決済できる円を発行し、政策金利や公開市場操作、支払準備率を用いた金融政策によって法定通貨の安定性を確保している。

トークン経済：トークン(暗号資産)によって実装される特定のエリア・コミュニティで構築される経済圏。特定のエリアやコミュニティに限った目的があり、利用用途は分散かつ局地的。トークンの発行母体が、独自の経済圏内での物価安定、金融システムの安定、信用秩序の維持を行う。

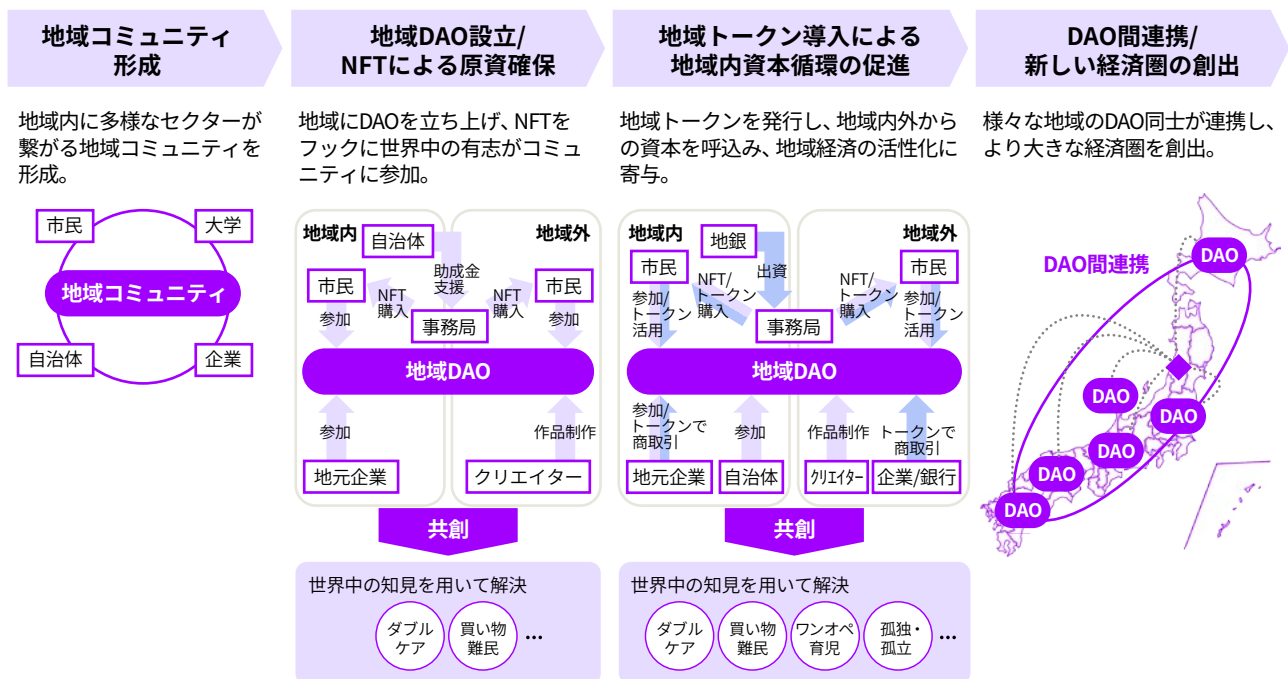
通貨を発行運営する観点では、法定通貨と暗号資産、フィアット経済とトークン経済、日本銀行とトークン発行母体の役割は本質的には変わらない。通貨が流通するか否かは「信用」で決まる。刷りたいときに刷ることができる、通貨価値の維持ができなければハイパーインフレを招くのであって、当然「刷れば刷るほど儲かる」というわけではない。

DAOとトークン経済による地方創生の可能性

DAOとトークン経済の掛け合わせによって、日本が世界に先んじて動き出しているソーシャルイノベーションのケースが地方創生の文脈で現れ始めた。現在、行政だけではカバーし得ない社会・地域課題が急増している。例えば、晩婚化や超高齢化によって介護と育児が同時進行する“ダブルケア”が問題になっているが、行政では介護と教育をサポートする部署が分かれているためサポートする受け皿がない。これらの課題に対して、地域の内外から市民が集まり、広く資金や知恵を募って解決していく山古志のようなアプローチは有効である。

その発展形として、地銀や信用組合作を中核に置いてトークンの発行運営を行う「地域トークン導入による地域内資本循環」、さらには志を共にする人々やコミュニティが、各地域間のトークンの相互交換できるような運用性を実装していく「DAO間連携」の形が期待される。DAOは分散したままでは影響力が弱い面は否めないため、各地域トークンが個別に動くだけではなく、各地域間のトークンの相互運用性を実装していく試みは非常に重要である。

図5: 地域コミュニティから地域DAOへ、そしてDAO間連携への発展



距離感を縮め、自己開示が進むメタバースのアバター空間

空間については、VR (Virtual Reality: 仮想現実) ・AR (Augmented Reality: 拡張現実) ・MR (Mixed Reality: 複合現実) の総称であるXRの技術、ゲーム・コンテンツを作成するプログラムであるゲーミング・エンジンが著しく発展し、こうした技術を複合させた多くのサービスが登場している。例えば、仮想空間の中で見知らぬ人同士でコミュニケーションできるサービス“VR Chat”は、世界中にユーザーが広がり、日本でもピーク時に3万人を超えるユーザーがアクセスした。VR Chat内では、“成りたい自分”を投影したアバターや垂人間 (Semi-Humanoid)、動物の姿で参加している人が多い。リアルな自分とは違うアバターで参加することによって、参加者の感情表現が豊かになると言われる。理由の1つとして、社会的な地位、年齢、性別を伏せることによって、多様なバックグラウンドの人とフラットなコミュニケーションが可能になる点が挙げられる。ソーシャルVRユーザーを対象としたアンケート調査では、76%が「実社会と比べて対人的な距離感が近くなった」と回答。また、オンライン・コミュニケーションにおける自己開示度の違いに関する調査では、リアルな自分の顔を互いに投影した場合より、アバターを介したほうが、自分の経歴・バックグラウンド・個人情報を明かす割合、自分の主義主張や感情を自己開示する割合が高いという結果が出た。アバターの投影によって視覚的匿名性が確保され、心理的な安全性が保たれる結果として、自分の内面をさらけ出せるようになった可能性がある。企業において、メンタリングやカスタマーサポートセンターにおけるアバター活用も考えられる。

【事例】企業と若者のフラットな関係による就労支援

アバター・コミュニケーションによって実際に自己開示が進んだ事例の1つに、アクセントがCSR活動として行っているニート・引きこもりの若者就労支援プログラムがある。現在、日本で不安定就労状態にある若者は約75万人。社会的弱者のイメージとは裏腹に特異なスキルを持つ若者の割合は高い。そこで自己開示を促進して彼らの良さを評価して採用してもらえるように、企業とのマッチング・イベントを7年間で数十回実施した。具体的には、物理的なリアル会場にニート・引きこもりの若者と企業の採用担当者に参加してもらい、会社名・所属・地位を伏せた匿名性を保つルールの下で、「愛とは何か」など極めて抽象度の高いテーマについてディスカッションを実施。本音のコミュニケーションが生まれ、これまでに参加した2万人近い若者のうち約2,500人が就職に結びついた (75万人の不安定就労者の3%にリーチ)。これをメタバース空間で実施する試みも既に始まっている。空間的制約がなくなり、従来にない規模感のイベントにより活動が加速できると期待される。



Web3.0・メタバースに欠かせないキーワード

価値のネットワーク＝「ブロックチェーン」

トークン経済を実装するための基本技術であるブロックチェーンは、「分散管理台帳」を意味する。昔の商家の番頭さんが顧客情報や取引内容を墨で書き足していく大福帳に似ている。ブロックチェーンも、時間と共に台帳＝ブロックに書き足していく。最初の日に1111と書いたら、時間を置いた次のブロックでは2222と下に書くしかない。同様に3333、4444……と繰り返す。初めの頃書いた2222を変えようとしたら、過去に遡って台帳全部を一斉に変えなければいけない。複数の台帳がチェーンでつながれて堅く守られ、読み取りのみを解放しているデータベースのため、一度書き込まれたデータは更新改変ができない。

また、データをマイニングする人たちが自分のコンピュータに同じデータを持っている非中央集権型のため、改変するには彼らのコンピュータ全部に忍び込んで一斉に変えなければならず、事実上改ざんは不可能とされる。

ブロックチェーン技術によってデジタルデータの唯一無二性が担保され価値が伝えられるため、価値のネットワークと言われる。このネットワークに乗っかっているのが仮想通貨とNFTである。

プログラムを埋め込める鑑定書付き デジタルデータ＝「NFT」

NFT (Non-Fungible Token) は「非代替性トークン」と訳される。“Fungible”は「代替可能な」、 “Token”は証書という意味。デジタルデータに付随する発行数、作成日、識別番号のメタ情報がブロックチェーン上に記録されることによって、デジタルデータに「唯一の価値」が証明される。NFTが直筆サイン入りTシャツだとすれば、いわゆるFT (代替性トークン) の1つである仮想通貨は無地の白いTシャツにたとえられる。

本来の美術的価値とは別に、唯一無二のデータという存在に価値を感じる層がいるため、例えば「世界最古のNFT」と言われている単なるドット絵の“Crypto Punks”に数億円の値が付いたり、ツイッターに初投稿されたツイートのNFTが3億円超で売られたりする。5,000枚の画像をコンピュータでカラージュしたデジタルアート (319メガバイトのJPG) の“Beeple”は、クリスティーズのオークションでNFTの最高額6,934万ドル (2021年3月当時の円換算で75億円) で落札された。

注意したいのは、NFTで担保されるのは唯一性であって、画像自体の著作権性ではないことだ。いわば鑑定書付きのデジタルデータを所有している権利に価値がある。そのため、NFTのデジタルデータは誰でもダウンロードやコピーができる。この点を踏まえた活用がキーになる。

NFTには唯一性の証明の他に、次のような特徴がある。

- プログラムバリエーション:さまざまな機能を持たせたプログラムを埋め込むことで付加価値を高めることができる性質。「2次流通でアート作品の作家に手数料払う」というプログラムを書いておけば、NFTの取引成立と同時に自動的に実行される。従来のような銀行口座への振り込み手続きも、手数料も不要だ。そのため、お金の移動とモノの移動を連動したサービス、組み合わせのビジネスが非常に作りやすい。
- 移動可能性:デジタルデータのオーナーシップ (所有権) が非中央集権的なブロックチェーン上に明記されているため、所有者がNFTを自由に取り引きできる。
- 価値の可視化:マーケットプレイスに再販価格が表示されるなど、価値を容易に把握できる。
- 相互運用性 (inter-operability) :共通規格 (ERC721等) に沿って実行するサービスなら、どこでも取り扱える。

現在の取り組み状況、期待と疑念

アクセンチュアからのプレゼンテーションを受けて、参加者から次のような現状認識が示された。

「まずやってみる」～企業文化を変える キッカケに

アメリカに比べてWeb3.0・メタバースに関わる日本の取り組みが遅れている状況の中で、「やりやすいところから始める」「グランドデザインができる前に、新たな試みの中に身を置き、試みながら見極める」「失敗しながら考えて行かなければ実態はわからない」「技術的な課題以上にクリエイティブな活動に面白さがある」「これを機に企業文化を変えたい」といった積極的に取り組む姿勢が見られた。前向きな意見の一方で、「IoTやエンターテインメントの領域をビジネスの中心に置いていない企業は、メタバースはマーケティングとしての取り組みに止まる」「どの産業で破壊的創造が実践的に進捗しているのかを見守りながら、ベストなタイミングで参入したい」という慎重な立場表明もあった。

ブロックチェーンの利活用

Web3.0・メタバースの中核技術であるブロックチェーンの利活用によって実装できる分野への期待感強い。

「B2B取引のうちデジタル化できる分野は全てメタバース空間へ置き換える方針を出せば、DXが加速する。FinTechやスマートコントラクトを活用して決済行為を完結し、古い商慣習を打破したい。そのためには、決済に使える安定したデジタル通貨の供給も重要」「サプライチェーン上流の調達圏で実行しやすい。トレーサビリティの追跡や着荷情報のやりとりがリアルタイムで可能。サプライチェーンのシミュレーションも既に実践されている」などの意見が出された。

DAOの継続性と競争力

Web3.0・メタバースをめぐる重要なキーワードの1つ、DAOについては期待と疑念が相半ばした。「参加者のインセンティブは何か」「意識高い系の人々だけの取組で終わってしまう危惧」「経済的インセンティブ・メカニズムの必要性」などの声があった。また、「Decentralizedの成功はコミュニティの規模と密接に関係する。小さいコミュニティに適し、拡大すると崩壊する。地域DAOのinter-operability (相互運用性) に可能性あり」といった指摘も複数出された。

アプリケーション分野は未だ低調

「Web3.0・メタバースをビジネスに使うかという点では、今のタイミングではエンターテインメントやスポーツの分野に限られている」という指摘もあり、具体的なアプリケーション・サービスについての言及は少なかった。その中で「体験や感動をコミュニティのメンバーと一緒に作るアプローチをする」「ジェネレーションZを理解するため、“モノありき”から共感による接点にシフト」「希少な体験を約束する会員証としてのNFTも発行」といった取り組みの一端が紹介された。

資本市場の冷めた反応

「Web3.0とメタバース」がバズワードになり、「夢のような世界が広がる」「メタバースが全部席卷するのではないか」という期待感にあふれた数年前とは温度感が違うと、ファイナンスの観点から次のような指摘もなされた。

「ファンドの投資先は、用途開発系のアプリケーションレイヤーからインフラ系の要素技術のレイヤーにシフトしている。これから汎用的に広がる機能としてどこを押さえるかといった現実的な観点で、ベンチャーキャピタルの資本市場は変わってきている」「セキュリティ、イアース (IaaS: Infrastructure as a Service)、クラウドレンダリングなどの分野は重要性を増す」「アプリレイヤーに投資が向かっていない。オープンメタバースの“The Sandbox”や“Decentraland”の中で売買されていたランド価格が、金融緩和から引き締めへ転じた途端に一気に5分の1くらいまで暴落したのも、資本市場の動きを反映している」

加えて、「Web2.0でGAFAに奪われた覇権を、Web3.0・メタバースで取り戻してほしい」という日本企業への期待の声があることに対して、認識のズレを指摘する声もあった。

Web3.0とメタバースを取り巻く課題

Web3.0・メタバースの現状から既に浮き彫りになっている共通課題について、「セキュリティ」「匿名性とアイデンティティ」「倫理」「法規制」の4つのカテゴリーに分けて、アクセンチュアが解説した。

1 Web3.0・メタバースのセキュリティ懸念

新しい自律分散の独自経済圏が地域コミュニティや組織で次々に作られるようになると、セキュリティ面で粗悪な取り組みが増えて来ると懸念される。従来から、サイバー攻撃グループによる暗号資産の強盗事件は頻発しているが、今後、Web3.0・メタバースの発展と共に、「データ改ざん」や「なりすまし」のリスクが高まり、重大なテーマとして浮上する。既に、ウォレット乗っ取りによるNFT喪失、アバターなりすましによる性犯罪などの事例も発生している。

2 匿名性とアイデンティティの両立

アバター空間の「匿名性」は、コミュニケーションが活性化するという光の面がある一方で、無法地帯になる懸念がある。Web2.0時代から指摘されていた影の面にどう安全策を講じるか。Web3.0・メタバースにおけるサービスを運営する事業主体者／プラットフォーム、あるいはサービスを利用する企業の双方にとって非常に重要なポイントは、利用者が仮想世界において匿名で十分に活動できるように担保しつつ、運営主体として利用者の個人情報／アイデンティティを適切に押さえておく仕組みである。「なりすまし」による不正ログイン防止、多要素認証、ログイン方法の複雑化など、総合的なセキュリティ対策の徹底が求められる。

3 空間的拡がりによって発生する倫理課題

Web2.0時代のSNSの発達で、匿名によるコミュニケーションが可能になった結果、個人による誹謗中傷の投稿、倫理違反広告の事象が社会問題化した。Web3.0・メタバースになり仮想空間が拡張することに伴い、ゲーム空間における付きまといや接触行為などのハラスメント問題が顕在化している。VRゴーグルを頭に装着した仮想世界では、物理的には視聴覚しか再現し得ないが、本来なら感じるはずのない感覚を持ってしまう「ファントムセンス」(VR感覚)が、こうした事象の背景にあるようだ。実際にこういう触覚を感じる人が7割近くに達するという調査結果もある。

ハラスメント被害を防ぐために、一定の距離を置かなければならない仕組みも実装されているが、Web3.0・メタバースにおける倫理的なガイドラインの整備も急務だ。

4 トークンビジネスを阻む日本の法規制

日本ではWeb3.0・メタバースに関わる法的整備も遅れている。中でも、日本におけるクリプト・エコノミーの発展を阻害している3つの要因がある。1点目は、トークン発行母体が投資事業有限責任組合(LPS)から出資を受けられないという資金調達の問題。2点目は、監査法人がトークン発行母体に監査証明を出せない問題。3点目に、トークン発行母体が保有する自社発行トークンに対する期末時価評価課税の問題。最後の問題は、譲渡益が発生する前に課税されると資金繰りが悪化してしまうため、新興ベンチャーを悩ませており、有望なクリプト系のベンチャーの海外流出を助長するおそれがある。

課税問題については、トークンホルダーにも課題がある。現状では暗号資産の譲渡益が雑所得の扱いで総合課税の対象になるため、最大55%の累進税率が適用されてしまう。20%の源泉分離課税が適用される金融資産との差が浮き彫りになっている。

また、トークン経済とともにWeb3.0の重要な要素であるDAOの法的な位置づけが未確定であることも課題。

これらの問題に対してデジタル庁や内閣府、各省庁で連携を取りながら調査や法整備に取り組んでいるものの、そのスピード感がビジネスニーズにマッチするか不透明な状態にある。他方、自治体では、福岡市の認定VCによるトークン出資や仙台市の期末時課税の見直し案・DAOの法制化など具体的な取り組みが始まっているところもある。

現状の課題を要因別に整理し直したのが次の図6である。

図6. Web3.0・メタバースの主要課題

政治的要因 (Politics)

- LPSによる暗号資産(トークン)事業への投資制限や、企業の**未実現利益への課税**、**監査基準が未整備**で上場企業による参入が困難など、事業が営みづらい
- デジタル資産の取引や**DAOの法人格**など、**法的な位置づけ**が整備されていない

経済的要因 (Economy)

- トークン取引は、**取引履歴を記録するためのガス代(手数料)が高く**、取引量が多い時間帯にはさらに高騰する
- 仮想通貨の決済は、他の電子決済に比べ大幅に**処理速度が劣り**、ボラティリティが高いため決済時点の損益が変動しやすく、現実的に利用しづらい

社会的要因 (Society)

- 匿名性によりコミュニティが活発化する一方で、**空間的な拡がり**によって、現実と同様にハラスメントなどの**倫理課題**が発生する
- ブロックチェーンを支える合意アルゴリズム「PoW(プルーフオブワーク)」は、**大量の電力消費と炭素排出**が発生するため、**環境への深刻な影響**が懸念される

技術的要因 (Technology)

- ウォレットやアバターに対する**なりすまし**、**データ改ざん**といった**セキュリティ懸念**の不安が大きい
- **プラットフォーム**、**アバター**、**暗号通貨間**など、Web3.0・メタバースで謳われる相互運用性はまだ確立していない
- ブロックチェーンは分散されたノードで同じ処理をする仕組みであるため、**スケーラビリティ**に課題がある

ビジネスに活かす上で待ち受けている主要課題と障壁に関する討議

共通課題の解説を受けて、企業がWeb3.0・メタバースのビジネスを開始するにあたり直面すると予想される障壁について、ディスカッションが行われた。議論の要旨は次の通り。

ID認証／デジタル・アイデンティティの重要性と運用

アイデンティティに関して「ウォレットやアバターに対する『データ改ざん／なりすまし』以前に、アイデンティティを誰が認証するかが一番大切。現状では、覇権を握っていると批判されるプラットフォームが認証・管理しているため問題なく利用できる面もある」という問題提起に対して、「アバターを使うにしても、デジタル・アイデンティティの資格付与は、スマートコントラクトで自律的に管理するのが理想」「ブロックチェーンのコンセプトに近い形でデジタルIDの国際標準化が始まっている」「認証に関連して、可搬性のある唯一のアバターとIDで複数のアバター・サービスをまたいで利用できる仕組みを作るプレイヤーが登場し、Web2.0的な覇権を取ろうとする動きも目立ってきた。どこかに情報が集約される形になるか、現状では判断がつかない」といった意見が出された。

また「完全な民主的なDecentralizedの世界は人間の本質か。アイデンティティの認証をする管理者が誰もいない完全な民主主義は実現できるのか」という本質論に関わるテーマも提示され、「互いの信頼性に基づくアウトソース構造—平たく言えば“丸投げ構造”が蔓延している日本では、純粋なDAO的な考え方と信頼性を担保するハイブリッドなアプローチで臨むほうが向いていると思われる。Decentralizedという1つのコンセプトへのこだわりが強いボトルネックになる可能性がある」という懸念も示された。

ファイナンスにおける暗号資産のボラティリティと信用問題

暗号資産に対する信用問題についての懸念は根強く、「ブロックチェーン技術は使うが暗号資産には手を付けない。まだ信用が乏しいという声も少なくない」「法定通貨と連動させ安定化を図る“ステーブルコイン”のTerra/Lunaが2022年5月に暴落して不信感が高まった例もあり、ボラティリティの高さ故に決済手段としての使用を踏みとどまっている企業は多い」といった指摘も複数挙がった。

セカンダリー・マーケットでの活用とアーティストへの利益還元

「現状、アート作品や希少性の高い商品がリセールされた時、作家や元の生産者に利益は入らない。ブロックチェーン技術を活用し、スマートコントラクトで売り上げの一部を還元できる仕組みは、有効な方法論になる」「セカンダリー・マーケットの強化は企業のブランディングにもつながる」など、セカンダリー・マーケットについては現状ではハードルがあるものの、将来的に発展する可能性がある分野として期待感が寄せられた。

デバイスの進化と人間のUIとのズレ

Web3.0・メタバースを支えるXR技術とデバイスは日々進化しているが、人間の感覚が必ずしも追いついていないという次のような指摘もあった。「仮想空間におけるインタラクションをめぐる人間のUI (User Interface) の問題がある。人間は長い間、紙や映画・テレビから始まり、パソコンやスマートフォンのディスプレイまで、2次元空間で再現された情報を見てきた。VR的な3次元空間には未だに違和感が残る。技術的にもまだまだ難点は少なくない」

議論のまとめ

以上の議論から、「Web 3.0とメタバースの現状と課題」というテーマに対して、以下の意見が導かれた。

デジタルIDの認証を誰が行うかがポイント。中央集権的な管理者を置くか、スマートコントラクトで自立的に資格付与をするか。

ブロックチェーンに基づくIDの国際標準化、相互運用が可能な可搬性のあるデジタルIDの開発が進んでいる。

ビジネスに応用するには暗号資産のボラティリティの高さが課題。決済に使える安定したデジタル通貨が求められる。

Web3.0は、企業のブランディングにつながるセカンダリー・マーケットの強化に役立つ。

デバイスの進化に人間の感覚が追い付いていない面がある。UIの開発がカギを握る。

パート2

企業はWeb3.0と メタバースにいか に取り組むべきか

Web3.0事業の実践で得た気づきと可能性

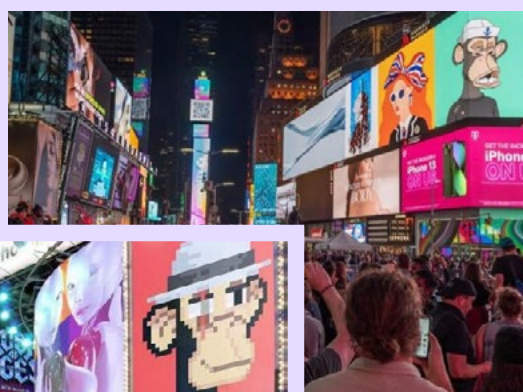
Web3.0・メタバースの最前線で既に事業展開をしている経営者の立場からのプレゼンテーションがあった。具体的には、仮想通貨とNFTをゲーム内で展開する“GameFi”モデルをいち早く開発・実装してきた経験に基づいた知見、Web3.0・メタバースへの展望が紹介されている。

国内外でWeb3.0・NFT・クリプト系のイベントは大盛況

Web3.0・メタバースがホットトピックだった数年前に比べ、足下のビジネス界では少し冷めているという指摘が出る一方で、熱気のあるイベントが今も各地に見られる現状が示された。事例は次の通り。

NFT.NYC 2022

2022年の6月にマンハッタンで開催された“NFT New York”。世界中から1万6,000人が参加、450に及ぶサテライト・イベントが行われ、大いに盛り上がった。



B Dash Camp

2022年10月19日～21日まで福岡で開催された“B Dash Camp”。インターネット業界の第一線で活躍する経営者や著名人が集結するイベントで、1人20～30万円かかる招待制カンファレンスにもかかわらず1,200人も参加。この回では“B Dash Crypto”というサブイベントで開催され、半分以上がクリプト系で染まった。その他、アーティストが集まるNFTイベントも盛んに行われ、日本でもある一定の層では熱いシーンが繰り広げられている。

©Shigeru Shiina

Web3.0のビジネス展開に密接に関わる3要素

ビジネスにWeb3.0を活かす上で、“DAO” “DeFi” “GameFi”という3つのキーワードが重要になる。

DAO (ダオ)

基本的な意味合いは既に解説されているが、異なる視点からの捉え方が紹介された。つまり、DAOは新しい概念ではなく、オープンソース系OSのUNIXやLinuxが先駆けという見方である。皆で作って皆で投稿し、コンセンサスが得られたらそのプログラムが認められていくというUNIXやLinuxの開発スタイルは、まさにDAOのような存在だった。一番の違いは、UNIXやLinuxがフリーソフトウェアで開発者は無償のボランティアなのに対して、Web3.0時代のDAOでは、多数の参加者に対して金額の大小に関わらず報酬を払うことができる点。インセンティブを可能にしたのは、従来の銀行口座を通じた送金に比べて手数料が大幅に低い仮想通貨を使えるようになったからだ。しかも、支払いプロセスを予めプログラミングできるため、DAOのルールに賛同した人には自動で支払われる。

仮にDAOがボランティア活動に止まるとすれば、発展の可能性は低い。プロジェクトに参加するモチベーションは、入口で皆がNFTを所有しているため、活動が盛り上がりNFTの資産価値が上がるという出口があるためであるやはりDAOも志だけではなく、お金が中心にあるという構造を見落としてはいけない。

DeFi (デファイ)

“Decentralized Finance”の略で「分散型金融」を指す。従来の金融機関のような管理主体が不要な金融システムであり、個人でも運営できる。通貨発行から、トークンの売買、貸付、デジタルウォレット、投資運用、異なる仮想通貨間のスワップまで可能。いわゆる定期預金に類似したステーキング・サービスが付いているのが一般的。仮想通貨の取引所を分散型でやっている“Dex” (Decentralized Exchange) がよく知られる。

GameFi (ゲーミファイ)

“Game”と“Finance”を組み合わせた造語で、暗号資産(仮想通貨)やNFTをゲーム空間でやりとりできる仕組みを指す。DAOの場合はリアル空間に引き戻されてしまうため、100%デジタル上で完結はできず、そのメリットが享受しきれない面もあるが、“Game”と“Finance”はどちらもデジタル空間で行えるため非常に相性が良く、Web3.0のメリットを100%享受できる。そのためクリプト系やNFTのゲームが大流行している。

お金の本質を見抜き、従来と真逆のビジネスモデルを展開

“GameFi”を運営しながら実際にゲーム上で仮想通貨を大量発行して上場し、酸いも甘いも経験した実践者として、Web3.0・メタバース上でのビジネスモデルの違いを強調した。

「リアル世界でお金を稼ぐには働く必要があるが、Web3.0時代の仮想通貨ビジネスはお金を稼がないのが本質。儲けたければ、日本銀行が法定通貨を発行するのと同じように、仮想通貨を刷りたい時に刷れば良い。ビジネス感覚が従来とは真逆であり、全く違う発想をしなければ進まない」

一方で、仮想通貨を無制限に発行できるわけではない

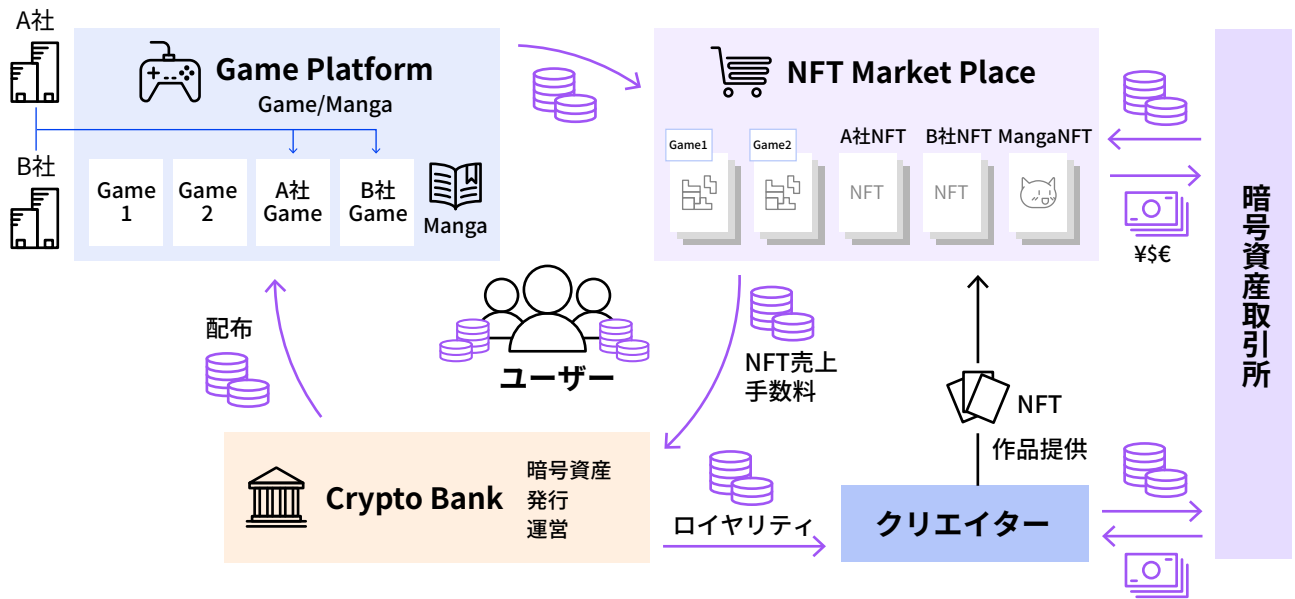
「刷って刷って刷りまくるとハイパーインフレになり、発行した仮想通貨の貨幣価値が暴落するおそれがあるため、貨幣の価格を維持する仕組みが重要になる。事業の開始当初は、このメカニズムを知らず、価格の上下に一喜一憂していた。価格を上げるために、マーケティング広告やプレスリリースを打っても響く時と響かない時があり、知らない間に大量に売られて暴落したり、買われて急騰したりした」

事業を実践しているうちに通貨の本質に気づく

「目まぐるしく変動するお金の不思議さに気づくと、ビジネスが生まれる。フィアット通貨も仮想通貨も本質は変わらない。経済学者も、通貨が流通するのは、そのお金に交換価値があると皆が信じているからに過ぎないと指摘している。仮想通貨も信用で成り立つ以上、信用を担保できれば、個人でも通貨発行が可能。デジタル空間上でブロックチェーンを活用して仮想通貨を作れば、唯一無二の存在になるため信用される」

以上のような考察を踏まえて作り上げたビジネスモデルが、新しく発行した仮想通貨が循環する貨幣経済圏である。

GameFiの世界



©Shigeru Shiina

新たな貨幣経済圏の主な構成要素は次の通り。

- 漫画家が作画したカード型NFT発行 (NFT売上をロイヤリティとして漫画家に還元)
- DeFi (銀行、取引所) 設立、NFTを売買できるオリジナル仮想通貨発行
- カード (NFT) を使って遊べるゲーム開発
- ユーザーに仮想通貨を配布する逆課金モデルの導入
- 仮想通貨の換金、価格下落を防ぐ仕掛け (高利回り定期預金のステーキング・サービスなど)



広がるNFTの活用領域

NFTの活用領域には図7のようなバリエーションが考えられるが、事業化の中心はアート、コレクティブルズ (collectibles)、ゲームに止まっている。ゲームだけで使うのはもったいない技術のため、スマートコントラクト的な視点で幅広い分野で応用されるようになるのではない。

例えば、トレーサビリティのカテゴリーでは、熟成年数が長いレア物ウイスキーのNFTが挙げられる。ヴィンテージごとに価格相場が決まっているワインよりも、樽で数十年も寝かせた後に価値が付くウイスキーに応用されている。その理由は、将来いくらになるかわからない先物的な分野にフィットするからと考えられる。ゴルフ会員権のように枚数が限定されている希少性の高い会員権型NFTも同じカテゴリーだ。

ユニークな例としては、坂本龍一氏が作曲した『戦場のメリークリスマス』のメロディーを595音に分割して1音ずつのNFTとして発売したプロジェクトがある。2021年12月に1音＝1万円で売り出し完売した。ただ、セカンダリー・マーケットで1音当たり100万円単位の強気の価格設定で出品されている

が、実際には取引はあまり成立していない。動きが鈍い理由の1つに利用規約の問題がある。日本の仕組みでは、知的財産権を作家本人と事業者の手に留保し、「個人による閲覧の範囲を超えた利用、商用利用（改変、公開、配布等）を行えない」といった制約事項をたくさん書き込んでしまう。これでは二次利用ができなくなり、発展性がなくなる。

NFTは運用上の設計と企画が非常に重要になる。例えば、イラスト・コレクティブルズの“Hashmasks”では、NFTの所有者に毎日「NCT (Name Changing Token) トークン」を10枚配布する仕組みをセット。トークン1830枚でアートに自分の名前を付ける権利を取得できる。初期販売の終了したイラストの枚数は決まっており、トークンの発行も10年間と限られているため、一度トークンを使うと貰えるトークンはどんどん減っていく。命名権が欲しい人はNCT取引所でイーサリアムを使ってトークンを買わざるを得ない。このようなトークンの値段が吊り上がる設計をしている。

図7: NFTの活用領域

アート系やコレクティブル系のNFTが高騰し注目を浴びているが、その他の活用事例も広まりつつある。



アート

- 画像、動画、音声などのデジタルアートのNFT
- NFTは贋作の心配なく、作品の真正を証明可能。
- 二次流通時のロイヤリティーの設計も容易。



デジタルデータ

- Twitterや、ドメイン名、記事、チケットなどのデジタルデータのNFT。
- 固有性や真正性を担保し、資産性を持たせる。
- 複数枚発行することで会員系型等へも転用可能。



コレクティブル

- 画像、動画のデータを含むデジタルトレーディングカード型のNFT。
- コレクションアイテムとして収集、売買も可能。
- スポーツ分野も多い。



ID

- 学籍、病歴、ワクチン接種、専門職の証明書、契約書などのNFT。
- 改ざん不可能な信憑性の高いデータとして取り扱いが可能となる。



ゲーム

- ゲーム内で使われるキャラクター、武器、家、装飾品などのゲームアイテムのNFT。
- NFTによりゲーム内での強さ等が変わる。
- 売買や他のゲームでの活用が可能。



トレーサビリティ

- 高級ブランド品、ワイン、実際の美術品、中古車などの実物資産にNFT化した証明書を付与したもの。
- 実物資産の信憑性を向上。
- 真贋証明にも使える。

©Shigeru Shiina

デジタルウォレットの重要性とWeb2.5、そしてCBDCの到来

新たなトークン経済圏が成立する上で、一番のポイントになるのはID認証の部分と指摘。

「Web1.0ではメールアドレスとパスワード、Web2.0ではプラットフォームのアカウント、そしてWeb3.0では、NFTや仮想通貨の取引に介在するデジタルウォレットが中心になるはず。このウォレットをきちんと用意して誰もが使える設計が非常に重要になる。例えば、メガバンクのような機関がウォレットを開設し、適切なKYC (Know Your Customer: 本人確認) をして、オープンに管理する仕組みなら、企業も安心して使える。そういう意味では、DAOについても、完全な“Decentralized World”を理想とするWeb3.0よりも、管理者が一部に介在する“Web2.5”的な中間形態がふさわしいかもしれない」

最後に、CBDCの到来についても言及。CBDCとは“Central Bank Digital Currency” (中央銀行デジタル通貨) を指す。

「既に、デジタル人民元を始め、デジタルUSドルやデジタルEuro、デジタルジャパニーズYenなど、各国の中央銀行が発行する仮想通貨の検討、実験が始まっている。国際政治がからむだけに一朝一夕には行かないが、CBDC時代が近い将来必ずくる」



企業のWeb3.0・メタバース活用シナリオ

後半の討議に入る前に、議論の立ち位置を整理するため、アクセントから活用シナリオを4象限のフレームワークにまとめた解説があった。

図8: 企業のWeb3.0・メタバース活用シナリオ



【事例】



エアバス：スマートグラスを介して航空機の組み立てプロセスをAR(拡張現実)で表示、指示することで作業効率を向上。



東急不動産：販売予定物件をCGI技術でデジタルツイン化することで、住戸からの景観や素材の質感をリアルに表現し、従来のモデルルーム見学以上の自由な視点での顧客体験を提供。



山古志村：限界集落の課題を解決するためNFTを発行し、DAOの中で地域住民とデジタル住民がディスカッションし、プロジェクトを推進。



Decentraland：MAU約50万人を誇るオープンメタバースで、仮想空間上のLand(土地)でイベントやNFTの売買が可能。プラットフォームの運営方針は、Land保有者による議論と投票で決定。

縦軸が、その事業や企業組織が中央集権的か自律分散型かの違い。横軸は、リアルな世界の事業かサイバー空間の事業かの分類になる。株式会社の伝統的なビジネスを集権的と考え、下半分のA・Bは「現在あるビジネスがどう変わっていくか」、上半分のC・Dは「今はない新しいビジネスが、DAOの世界やWeb3.0・メタバースの世界で、いかに生まれるか」というグループと言い換えられる。

4象限の右上D「メタバース」は、これまで解説したように「DAO」「トークン経済」「空間」という3つの要素が重なり合う。ブロックチェーンをベースにしたトークン経済の上にDAO的なコミュニティが生まれ、そこでクロスリアリティ(XR)を使って実際の没入感を含めたアナザーワールド空間を作るというイメージ。

左上C『コミュニティ』は、いわゆるDAOのコミュニティで、山古志地区と同様に地方創生のコンテクストに入る。この領域では、グラミン銀行のような取り組み、自律分散型で共創的に多様な課題解決を目指したい企業や組織も含む。リアルに近づき、Web3.0の要素は弱まるが、ここでもブロックチェーンを活用してガバナンストークン的なNFTを発行しながらインセンティブをキープして、何らかのパーパスを共有しながら活動する主体や事業が入る。

左下A「拡張現実」は、設備保全や遠隔医療といった分野で、実際にデジタルツイン的な技術を使って、リアルな機能の一部をシミュレーションしたり、リモートで業務をしたりする領域になる。現実のリアルなビジネスが少し仮想化に近づいていく世界、あるいは逆に、XR空間とブロックチェーン技術がリアルワールドに適用されていくイメージになる。

右下B「ミラーワールド」は、もともとリアル空間で行っていた機能の写し絵を仮想世界に全て持って来くる領域。サプライチェーン全体がデジタル化され、デジタルツインや教育が丸ごとその中で行えるようになれば、各プレイヤーが使っているCO2やGHG (Greenhouse Gas: 温室効果ガス) の排出量も全てデータ化される。このように下の領域がデータ化することによって、左上にシフトして新たなコミュニティが生まれる可能性も想定される。例えば、複数の企業や組織が共にGHGの削減というパーパスの下にトークンを共有し、そのインセンティブを活かしてより多く削減したところにトークンが多く払われ、トークンが排出権に転換されてサスティナビリティのコミュニティが誕生するという動きなどだ。

Web3.0を厳密に捉えると、上半分の分散型領域に止まってしまうが、リアルな世界を上近づけていくために下半分の集権的領域における現行ビジネスや現行のファンクションに対してWeb3.0・メタバースができることもあるのではないか。こうした視点を、この4つの象限で表現している。

4つの領域に関わる具体的取り組みを図8の下側に示した。

事業化の可能性をさぐるディスカッション

以上の解説を踏まえて、企業がビジネスを展開する可能性がどこに見いだされるかについてディスカッションが行われた。要旨は次の通り。

リアルとバーチャルの融合に親和性が高い不動産分野

不動産を巡って複数のアイデア、取り組みが提示された。

「不動産会社では既にCGやVRを使う内覧営業は珍しくないが、新たな試みもある。例えば、鉄道の駅構内に映像を浮かび上がらせるMR (Mixed Reality) の技術を活用し、アート作品を並べるイベントが実践され集客力も高い。こうしたバーチャルなイベントをリアルなホール空間とセットにして売り出す事業も検討されている。完全にバーチャル世界の土地の売買はDecentralandで行われているが、無限に土地を売れるために価値が付きにくい。しかし、MRでリアルな不動産を紐づけると、唯一性と数に上限があるため価値が付きやすい。法的側面を併せて検討が進んでいる」

「不動産では逆の世界もある。バーチャルの世界で圧倒的に面白い建物をDAO的な発想で大勢が集まって作りあげ、設計が固まったところでリアルの世界に持ってきて、実際に建てて売り、これを会員権化するといった取り組みもある。結局リアルな世界に引き戻して来ないと利益を生まない。その意味で、不動産の世界は可能性がある」

4象限の掛け算で見えて来る市場

「ミラーワールド×メタバース (B×D)」の領域にビジネス展開が見えやすいという指摘があった。

「GameFiのトークン経済圏は『B×D』に当たると思うが、バーチャルで完結するため、ゲームをベースに特定のニーズが集まる市場が見通せる。ただ、既存のゲーム産業のプレイヤーが、『B×D』の世界で新しくチャレンジしているプレイヤーたちと、どう闘っていくのかは興味深い」

「拡張現実×コミュニティ (A×C)」領域については、「リアルをベースにした『A×C』の領域は、多くの大企業のバズワードとして取り組みが始まったが成果はあまり出ていない。ユースケースが出てこなければ萎んでしまうおそれもある」という慎重な見方がある一方で、次のような可能性も指摘された。

「『A×C』に近い取り組みは、アニメや映画の分野に見られる。例えば、アニメーターがキャラクターの人物設定を作って売り出すと、シナリオライターが複数のキャラクターを集めてストーリーを書く。こうしてアニメや映画ができる仕組みが実際に機能し始めている。完全にA (拡張現実) に行かなくても、C (『コミュニティ』) の世界やD (メタバース)、B (ミラーワールド) の世界で展開していたものを、A (拡張現実) の世界に引き戻して実現していく動きは既に出てきている」

また、「デジタル通貨のビジネスでは、通常のキャッシュの機能にアセットやコントラクトを同時に実装させることによって、C (『コミュニティ』) ・D (メタバース) ・B (ミラーワールド) の3領域で比較的ユースケースが見い出すことが出来る。A (拡張現実) のユースケースはまだ少ないが、経済成長を目指すという意味ではAがカギを握っている。この領域に着目して事業を生み出せば、さらにDXが進み日本も元気になってグローバルベースに進出できるのではないか」という提言もあった。

その他、B (ミラーワールド) では生産性向上やリスクリングに結びつくビジネスがあり得るといった意見も出された。

地方創生、地域活性化から生まれる新たなビジネス価値

従来のビジネスの発想ではマネタイズが難しいとされる分野でも、地方創生に関わる文脈で可能性を見出す複数の意見が出された。DAOを孤立させず、DAO間連携を図るイメージとも言える。

「C (『コミュニティ』) に含まれる山古志地区のような存在をD (メタバース) につなげて活性化する仕組みを作ることができそうだと感じている。イメージとしては、江戸時代にあった全国300藩。独自の文化性や地域性を保ちながら、相互につながり共存していた。今、こうしたコミュニティが300カ所もできたら日本は復活する。そのためには、今までの経済社会とは違う視点でとらえ直す必要もある。必ずしもインセンティブは1つでなくてもいい。人生を豊かにするWellnessや質的なマネタイゼーションが起こって来れば、可能性が開けるのではないか。国の補助金に頼らず、地方が自らの手で活性化できる。夢物語ではない現実的な解答が見えてきた」

「日本を100箇所程度の経済圏でくり直そうという話もある。例えば、この100箇所の経済圏が、それぞれ二重価格制を取り入れた地域トークンを作る。自分の経済圏で使う時には有利な価格で売り買いできるインセンティブを付与し、他の地域の人 cameたら通常の日本円として売買できる相互運用性を持たせる形にする。場合によっては外国人観光客が来た時は高くする。そういった形で利益を生み出す仕組みは難しい」

「地方創生はWeb3.0・メタバースと非常に相性がいい。例えば、『ポケモンGo』のような位置ゲー（携帯情報端末の位置登録情報を利用したゲーム）は、ある一定層のプレイヤーは何万～何十万人の単位で必ず来る。位置ゲーの中で、その地方に行かないとNFTが貰えないような仕組みを作れば、集めたい人が必ず行く。そこに人流が生まれ、副次的に経済効果が生まれる。こうした位置情報を使ったNFTを出すというアイデアはいくつも出始めている」

「地域通貨も面白い。地域通貨の本質は仮想通貨とは全く違い、ポイントと同じ。地方自治体がポイントを発行するので価値は変動しない。地域通貨は売っても利益にはなら

ないが、他の都市から人がポイントを求めて来てくれれば、地域でモノが売れ、経済的に潤う。位置情報NFTと地域通貨をうまく噛み合わせた経済モデルなら可能だ。限界集落だけで共通して使えるコインを作り、10箇所全部制覇したらインセンティブが得られるといった企画を考えれば、必ず参加者は見込める。こうした活動をどんどん盛り上げ、盛り上がったところにDAOが出て来る。そのDAOが地域をさらに活性化する原動力になる」

「DAO×トークン」の連鎖が好循環を生み、日本に新しい経済圏が誕生する可能性が示唆されたと言える。

その他、「日本に約2,500万人いるとされるギグワーカー、会社に勤めてないフリーランス、クリエイターたちに適切な報酬を支払う取り組みは必然性がある。そこにブロックチェーンやトークンが広まっていくのではないか。法的課題はあるものの、必然性のあるところは広まっていくため、地方創生とギグワーカー向けのプラットフォームには可能性があると考えている」という意見も最後に添えておきたい。



議論のまとめ

以上の議論から、「今、企業はWeb3.0とメタバースに如何に取り組むべきか」というテーマに対して、以下の意見が導かれた。

リアルに紐づいた不動産分野は、バーチャル空間と融合して価値を生むビジネスが作りやすい。

「ミラーワールド」と「メタバース」を掛け合わせた領域は、ユースケースが豊富に見い出せる。

「拡張現実」の領域は、現状ではマネタイズできていないが、日本経済の活性化につながる可能性を秘めている。

地方創生はWeb3.0・メタバースと非常に相性がいい。地域通貨・NFTを活用して、相互運用性を持たせたDAO間連携にチャンスがある。

2,500万人のギグワーカーに適切な報酬を払う仕組みなど、社会的必然性の高い分野にトークン経済は広まる。

アクセントゥアについて

アクセントゥアは、デジタル、クラウドおよびセキュリティ領域において卓越した能力で世界をリードするプロフェッショナル サービス企業です。40を超える業界の比類なき知見、経験と専門スキルを組み合わせ、ストラテジー&コンサルティング、インタラクティブ、テクノロジー、オペレーションズサービスを、世界最大の先端テクノロジーセンターとインテリジェントオペレーションセンターのネットワークを活用して提供しています。アクセントゥアは72万1,000人の社員が、世界120カ国以上のお客様に対してサービスを提供しています。アクセントゥアは、変化をもたらす力を受け入れ、お客様、社員、株主、パートナー企業や社会へのさらなる価値を創出します。

アクセントゥアの詳細は
www.accenture.com/us-en を、

アクセントゥア株式会社の詳細は
www.accenture.com/jp をご覧ください。