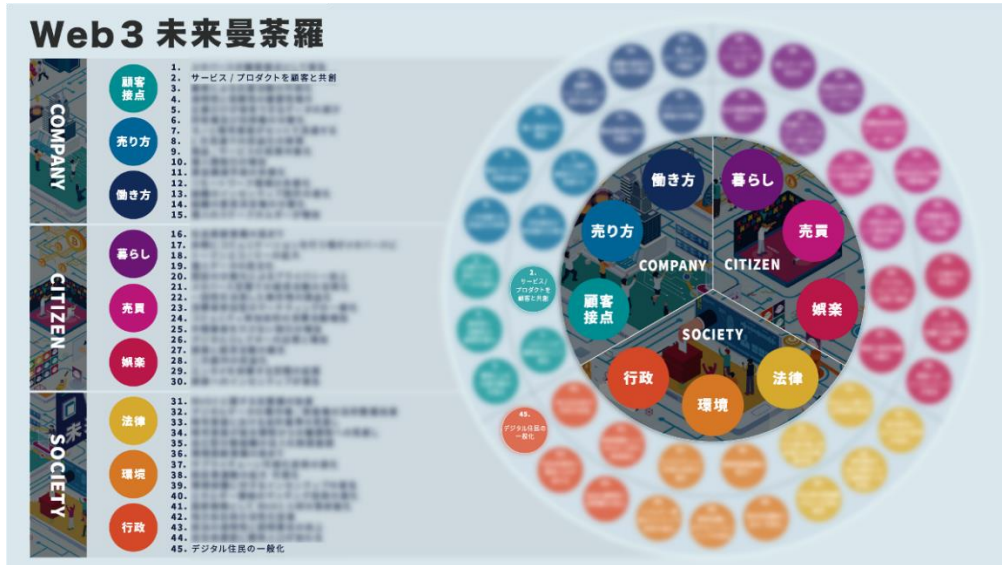




< 「Web3 未来曼荼羅」 >



< 「Web3 未来曼荼羅」 事例ページサンプル >

**顧客接点** **02 : サービス/プロダクトを顧客と共創** **COMPANY**

サービス/プロダクトをステークホルダーと共創が前提となることで、“生産者と消費者”という垣根が消える。ユーザーにインセンティブが働く設計にすることで意欲的にサービスの構想・開発段階から企業とマーケティングを共にしていく。

**TOPIC**

**NIKEがWeb3.0プラットフォーム「Swoosh」を発表**

NIKEは2021年11月にRokkakuと提携し、バーチャルワールド「NIKELAND」を開設しメタバース市場。その後昨年12月にデジタルファッションストア「RTKT」を開業し、NFTファッションを取引する存在へ。そして2022年11月に「Swoosh」をローンチ。

SWOOSHは、ナイキの（バーチャル）リエンションプラットフォームで、お気に入りのバーチャルシューズなどのアイテムをコレクションできる場所としてスタート。今後はコミュニティ全体がバーチャル商品を購入・取引し、共同制作することができる拠点となる計画をしている。

バーチャル作品の作り方を学ぶだけでなく、コミュニティ・チャレンジにクリアした一部のクリエイターには、ナイキと提携したバーチャルプロダクトの売戻りからロイヤリティを得ることが出来る仕組みを導入予定である。

出所：swoosh blog

**DATA**

**「Swoosh」延期やトラブルを経て売上100万ドル超え**

発売されたNFTコレクション「Our Force 1」では、一般アクセスが開始された翌日時点で6万9000個以上NFTが販売。価格は19.92ドルで売上高は約130万ドルを超える売上となった。

出所：Yahoo!ニュース

**Web3.0を活用したプロダクト開発、事業推進意識の高まり**

Web3.0に詳しいエンジニアや事業推進者への調査では、約9割がWeb3.0を活用した事業推進・開発に意欲的であることがわかった。Web3.0に期待することについては「分散管理によるセキュリティレベルの上昇」が68.2%で最も高く、「クリエイター・エンジニアの集まり」が55.5%で続いた。さらに「分散型コミュニケーションの推進」というコメントも多かった。企業は顧客を消費者ではなく、Web3.0技術を使い、顧客を共創者として捉え、顧客と関係を築きながら事業を進める意欲が高いことがわかった。

出所：クラウドエース株式会社

**未来の「生活者」「社会」「ビジネス」はどうなる？**

**生活者**

**Before**  
どれだけ責任が重くても、企業からの依頼がなければサービスを提供する一方通行な関係性。  
個人と企業とのつながりやファン層まで広がる関係性はあまり関係がなかったと答えている。（一部の人の行動と捉えている）

**After**  
サービス/プロダクトを使うだけでなく、自分の嗜好や趣味を共有してサービスを提供する一方通行な関係性から、双方向のやり取りが出来るようになる。双方向のやり取りが出来るようになる。双方向のやり取りが出来るようになる。

**社会**

享受する消費から、共創し主体的に生活環境を良くする価値観が広がる共創が期待することで、消費と生産の垣根もろくろく消滅し、自分自身により良い価値を提供するために自分が主体的にファン/クリエイター/バイヤーの役割を担っていくことで、プロダクトやサービスのライフサイクルが長期化していく。

**ビジネス**

ユーザーの声を効果的に引き出しサービスに還元できる企業が伸びていく。購買の傾向や購買の動機はもろくろく異なる。組織して提供をアップデートできない企業は顧客から選りすぐられていく。ユーザーのフィードバックが組織の成長のための指針を引き出すためのインセンティブ設計や、ユーザーとの持続的共創を実現するためのコミュニティ・企業体制の構築が重要になる。

**行政** **45 : デジタル住民の一般化** **SOCIETY**

行政文書の電子交付についての信頼性を担保できることにより、既存行政サービスの利便性向上に加え、非居住者（関係人口）などに対してデジタル住民としての行政サービスの提供が可能になる

**TOPIC**

**福岡県選挙区の事例**

住民票等各種証明書の「申請」「交付」を住民票の届出から付随可能とする仕組みの検証実験を行っている。

一般に行政文書の電子交付では紙の書類に代わり証明性を保つことが課題であるという課題があり、そこでブロックチェーン技術を活用し、不正改ざんを防ぎやすくすることで電子文書の信頼性の保証を実現している。

また、窓口での手続きが不要になり、コロナ禍による非接触の行政サービスとしても期待されている。

出所：HEDGE GUIDE

**DATA**

**選挙の信頼に関する今後の動向**

投票者の半数以上の賛成により、今後「ずり改ざん（票入）」するとされている選挙の割合が非居住者では45.6%、中野党では37.4%、自民党では18.2%とされている。

特に地方選挙は信頼が危ぶまれる地域が多く存在する。今後の選挙制度として自治体の信頼（投票者への説明責任）、行政の透明性（選挙結果の透明性）、合併や市町村合併において行政の透明性・再編、信頼の再編（現在の選挙制度は維持しつつ、選挙制度による信頼を速く再編での再編）が実現されており、デジタル住民の一般化によりこれらの課題がスムーズに解決することが可能となる。

出所：新野 隆

**未来の「生活者」「社会」「ビジネス」はどうなる？**

**生活者**

**Before**  
各種証明書を取得するためには窓口まで行く必要がある。窓口でなくてもマイナンバーカードのような信頼の保証が必要。  
個人を主とする証明書の取得に大変な手間がかかる中で、窓口で証明を受ける必要がある。タイムロスが大きい。

**After**  
マイナンバーカードなどで、信頼の保証システムを構築することで、必要な証明を受けることができる。自分のペースで全ての手続きが完了し、自分のペースで窓口へ行く必要がない。

**社会**

行政のリソース配分と役割の転換  
行政の窓口業務が大幅に削減されることにより、職員のリソースを他の業務に振り向けることができるようになる。これによって窓口業務が削減されていくと、業務の転換が必要になる。また、従来多くの人が行って来た業務である行政の窓口業務の削減が必要になる。

**ビジネス**

デジタル住民の増進と協同が自治体の競争力のカギになる  
デジタル住民の行政サービスや業務の削減・転換が求められる。スキルや労働力不足、デジタル住民のリソースを確保した、自治体の競争力はビジネス競争の競争力になる。自治体の競争力向上サービスにおいて、従来プラットフォームに提供されてきた自治体自治体には競争力向上により、また競争力向上プラットフォームにも提供されるようになる。

さらに、電通デジタル BIRD では同ツールを用いたコンサルティングサービスも行っており、ツールで得た Web3 時代における顧客体験・価値創造の「兆し」と、電通デジタルの生活者視点の課題解決力を掛け合わせることで、生活者の心を動かす新規サービス創造や Web3 サービス開発を支援します。

今後も電通デジタルは、クライアント企業に伴走し日本における Web3 の社会浸透の加速および企業の事業成長に貢献してまいります。

※：クリエイティビティとテクノロジーで未来のイノベーションを創造する組織「電通デジタル BIRD」を新設  
(2023年1月12日発表)

<https://www.dentsudigital.co.jp/news/release/management/2023-0112-000067>

以 上

<電通デジタルについて> <https://www.dentsudigital.co.jp/>

電通デジタルは、国内最大規模の総合デジタルファームです。「人の心を動かし、価値を創造し、世界のあり方を変える。」をパーパスに、生活者に寄り添うクリエイティビティとテクノロジーを統合的に活用することで、あらゆるトランスフォーメーションを実現しています。クライアント企業の事業成長パートナーとして、共に新たな価値を創造することで、経済そして社会の「変革と成長」を目指しています。

#### 【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通デジタル ブランディング&コミュニケーション部 広報 PR グループ  
長田・北川 Email : [press@dentsudigital.co.jp](mailto:press@dentsudigital.co.jp)

#### 【本事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通デジタル BIRD Email : [bird-web3@group.dentsu.co.jp](mailto:bird-web3@group.dentsu.co.jp)