

# 地方銀行が挑むN F Tの新たな可能性 —地域の“魅力”をデジタル化—

I T 事務部 主任調査役 新保 透

- 近年、地域の魅力発信や新たな顧客体験の提供手段として、N F T（非代替性トークン）の活用が注目されています。
- 様々なイベントでN F Tが使われ始めており、その中には地域のD X化に向け、地方銀行が関わっている事例もあります。
- 本レポートでは、地域の企業・自治体と連携して、N F T提供に取り組む地方銀行の事例を紹介します。

## はじめに

N F T—非代替性トークン（Non-Fungible Token）という言葉聞いたことがありますか。N F Tは、ブロックチェーンの技術を用いて、インターネット上の画像や映像などのコピーが容易にできるデジタルデータに対し、「所有者」や「発行元」などの情報を付加し、そのデータが唯一無二の存在であることを示す仕組みです。

N F Tはデジタルデータに希少性という新たな価値をもたらし、最初に話題となった2021年頃は、デジタルアートやゲーム内のアイテムが数億円単位で売買されたりするなど、投機的な側面で大きな注目を集めました。近年では、

価格や取引量が落ち着きを見せる一方で、N F Tの本質的な価値である「唯一性」に着目し、「デジタル上で所有や体験を証明できる技術」として、スポーツ、観光、地域コミュニティなど、現実の出来事をデジタル上で共有するという新しい使い方が広がり始めています。

このようなN F Tの新たな可能性に着目し、地域の企業・自治体と連携しながら、N F Tによる地域の魅力発信や顧客体験の創出に取り組んでいる地方銀行があります。今回は、その取り組みをご紹介します。

## N F Tによる「熱量」の可視化～千葉銀行の取り組み

**千葉銀行**デジタル戦略部新事業チームは、同行グループが掲げる「一人ひとりの思いを、もっと実現できる地域社会にする」との理念のもと、地域のお客様に対して、デジタル技術を用いた新たな体験を提供し、地域活性化・D X化

に貢献しようと様々な取り組みを行っています。その一環として、N F Tが持つ「唯一性」という特性に着目し、イベント参加や地域活動へのエンゲージメントの可視化に応用する実証実験を実施しました。

### ①ちばアクアラインマラソン

千葉県では2年に1度、県主催のマラソン大会である「ちばアクアラインマラソン」が開催されています。「ちばアクアラインマラソン」は、東京湾の中央部を横断する自動車専用の有料道路である東京湾アクアラインを走ることができる貴重なイベントとして、全国から多くのランナー（2024大会：出走者 17,402名、沿道応援者 27万名）が参加しており、千葉銀行はオフィシャルスポンサーとして協賛しています。

2024年11月10日に開催された2024大会において、千葉銀行はランナーおよび応援者を対象に「開催記念証N F T」を配布しました。ランナーは、送付された参加案内に同封されたチラシに記載のQ Rコードを自らのスマートフォンで読み込むことでN F Tが取得できます（応援者はH P等から取得可能）。

ランナーの開催記念証N F Tはゼッケン番号と紐付けられ



▲ N F T取得用のチラシ。千葉銀行提供。

て管理され、マラソン完走後、運営側でゼッケン番号に応じた順位やタイムなどの記録を登録することで、ランナーが所有している開催記念証NFTが、自動的に記録が記載された「完走証明書NFT」に変化する工夫が施されています。これまでランナーは、完走証明書を紙やPDFで保管していましたが、完走証明書をNFT化することで、「唯一無二の記録」として保存できるようになりました。

通常、NFTを取得する場合は、それを管理するための専用のデジタルウォレットとその開設に伴うアカウント登録などの手続が必要となります。しかし、千葉銀行は参加者に気軽にNFTを体験できるよう、NFTの取得と同時にウォレット（ブラウザウォレット）が生成され、そこに取得したNFTが格納される仕組みを採用しました。その結果、マラソンの出走者に対し発行したNFTは1万件を超え、多くの人にNFTを体験してもらう機会となりました。

## ②ちばぎんカップ

2025年2月に開催された「ちばぎんカップ」では、NFTを活用した「熱量」の可視化の取り組みが行われました。「ちばぎんカップ」は、千葉県をホームとする2つのJリーグクラブ、ジェフユナイテッド市原・千葉と柏レイソルが毎年、シーズン開幕前に対戦するプレシーズンマッチで、千葉銀行が冠スポンサーを務めています。

本取り組みを手掛けた千葉銀行デジタル戦略部 北澤卓也副調査役は「当行として初の試みであり、完走証明書自体は従来どおりホームページからPDFでも取得できる中で、NFTを選んで取得していただける人がどの程度いるのか、不透明な部分もありました。結果として多くの方にNFTを取得してもらい、気軽に体験してもらうという目的を果たすことができた」としています。



▲開催記念証NFTおよび完走証明書NFT。千葉銀行提供。

「ちばぎんカップ」において、千葉銀行は、各チームのサポーターが専用サイトやチラシからQRコードを読み込むことで、チームごとの「応援証NFT」が取得できるようにし、より多くの応援証を集めたチームを「SUPPORTER'S ちばぎんカップ」の勝者とする応援合戦企画を実施しました。

ちばアクアラインマラソンが「完走証明書」という既存の証明書をNFTによりデジタル化した取り組みだったのに対し、この企画では“応援する”というこれまで形のなかったものをデジタル上で可視化しようというものです。

応援を盛り上げるための工夫として、応援合戦で勝利したチームの応援証NFT取得者には、勝利者証NFTを追加付与したほか、応援証NFTの中にランダムで当たりを設定し、当選者には選手の限定動画を視聴できる特典を設けるなど、参加者が自発的にNFTを取得したくなるような仕掛けも取り入れられています。

また、NFTの取得後にSNSへの投稿導線を設けること

これらの取り組みを通じて、地域のイベントの盛り上げに対するNFT活用の可能性が確認されました。千葉銀行はこの他にも千葉ジェッツ（バスケットボールチーム）のイベントにおけるNFT配布（来場者限定でガチャ形式のデジタルグッズの配布）や千葉都市モノレールのクラウドファンディングの特典でのNFT配布（NFT取得者に対し、千葉モノレールのAR体験を提供）も行っています。



▲千葉ジェッツ（バスケットボールチーム）のイベントで配布されたNFTの1つ（マスコットキャラクターの3D画像）

千葉銀行は、今後の取り組みとして、NFTによる継続的な価値提供を検討しています。これまでのNFTは1回のイベント限りの利用となっていますが、継続して実施していくことでコレクション性を持たせるような企画も将来的に実施していきたいとしています。

北澤副調査役は「今後もNFTを通じて、継続的に地域の

で、実際にSNS上では、サポーター同士が取得したNFT画像を投稿し、チームの応援を呼びかける動きが見られるなど、NFTによるコミュニティ交流の活性化につながりました。

最終的に、ちばぎんカップのイベント当日は来場者が1万人を超え、応援証NFTの取得者は約5,000件に上りました。北澤副調査役は「結果的に、この企画ではちばぎんカップの試合の勝利チームと応援企画の勝利チームが異なる結果となりました。SNS上には『試合には負けたが応援では勝った』という投稿もみられ、ファンコミュニティの活性化の効果も期待できると感じました」としています。



▲千葉都市モノレールのクラウドファンディングの特典（千葉モノレールのAR体験）



※応援証については、両方のチームを応援する方も想定し、両方取得を可能とする（どちらか一方のみ、とはしない）

▲ちばぎんカップNFT企画のスキーム。千葉銀行提供。

## “伝統”と“革新”が融合したNFT体験—静岡銀行の取り組み

静岡銀行の金融持株会社であるしずおかフィナンシャルグループ（SFG）は、2024年より地域の企業・自治体と連携し、NFTを活用して、地域の顧客や企業に「デジタルを通じた新しい体験」を提供する実証実験を行っています。本取り組みは、NFTが地域企業へ「販路拡大」や「ファン作り」などの新たな価値を提供するために有効な



▲ 初亀醸造の外観（同社HPより）

初亀醸造は、静岡県藤枝市に本社を構える静岡県最古の酒蔵で、創業は1636年と、全国でも31番目に古い歴史を持ちます。伝統を守りながら新しい挑戦にも積極的に取り組んでおり、NFTについては「地元外や若年層の新規顧客との接点創出」の機会ととらえ、実証実験に参画しました。

実証実験では、藤枝市の協力を得て、市内朝比奈地区に

ツールになり得ることを確認するものです。

本取り組みはSFGが地域の企業や自治体に呼び掛け、NFTに対し高い関心が寄せられた先と実施しました。今回はその中で、初亀醸造株式会社および藤枝市と連携した取り組みについてご紹介します。

ある茶室「瓢月亭」において、初亀醸造と静岡市内の寿司店によるコラボディナーイベントを開催し、その参加チケットをインターネット上のNFT取引所（マーケットプレイス）で「HATSUKAME Maker's Dinner NFT」として発行しました。NFTの購入者には特典として、ディナーイベントの参加権や、限定日本酒の優先購入権が付与されました。

会場となった瓢月亭は、藤枝市の名産である「玉露」を味わうことができる本格的な茶室で、通常は観光や呈茶体験に使われています。この空間を貸し切った特別なディナーイベントに参加できるということで、県外の人や普段日本酒にあまり触れていなかった人が多くNFTを購入しました。

初亀醸造にとっては、普段、接することの少ない層に日本酒をアプローチできたことに加え、NFTによる「参加証明」を持ってもらうことにより、継続的なブランド体験の提供や顧客との新たな関係作りにもつながる可能性も得られました。



▲ 瓢月亭HP（<https://www.shizutetsu-retailing.com/gyokuronosato/>）より。



▲ HATSUKAME Maker's Dinner NFT。初亀醸造提供。

このほか、初亀醸造は、静岡銀行および静岡県が事務局を務める県内のテクノロジーイベント（TECH BEAT Shizuoka）の開催に合わせて、イベント会場にあるQRコードからNFTを取得できるようにし、所持している人に限定日本酒の試飲体験を提供する取り組みも実施しました。

初亀醸造 橋本康弘専務は「国内における日本酒のシェアが年々小さくなっていく中で、会社としても変化が必要と考えていました。実証実験を通じて、いつもと違う人々にお酒を体験してもらえる機会・接点が得られたのはありがたいことでした。今後、NFTを通じた新たなコミュニティに対して継続的な働きかけを検討していきます。また、将来的には国内だけでなく、海外のファン獲得にもつながってきたいです」とNFTの効果の手ごたえと今後の期待を述べています。

実証実験において、SFGはNFTの具体的な利用方法や販売スキームの提案などのサポートを行いました。実証実験の結果として、NFTは企業のファン作りに一定の効果が得られた一方、NFTを活用した継続的な価値提供はこれからであり、地域での認知向上が今後の課題としています。

こうした状況を踏まえ、2025年10月より、グループ企業のSFGマーケティングにおいて「NFTマーケティング事業」を開始しました。既存事業で培ったマーケティングのノウハウに、NFTの技術を組み合わせ、地域に新たな価値を提供していきたいとしています。

## おわりに

今回ご紹介した2行の取り組みは、地方銀行がNFTを通じて、地域のイベントや企業において新たな体験・価値の創出につなげています。

どちらの取り組みも地域の企業・自治体と深くつながりのある地方銀行が行っているからこそ、NFTを発行した

しずおかフィナンシャルグループ事業開発室 渡辺翔大課長およびSFGマーケティング 寺田大輝 経営統括部長は、「形がなく、個性が高いものの希少性や独自性がNFTというかたちで流通することにより、マーケット化できる点に価値があると感じており、今後は、地域内におけるNFTの認知度向上、地域の様々な資源と融合した新たな価値の創出・提供に取り組んでいきたいです。将来的には、NFTはブロックチェーンという世界共通の規格を用いていることから、国際的な価値連携や商品・サービスの展開ツールとして応用できる可能性も考えています」と今後の展望を語っています。

という企業・自治体とそれを取引する利用者の理解に繋がっていると思われます。

皆さんも今後も様々な場でNFTを目にすることがあるかもしれません。興味があればぜひ取得してみてください。



▲ テクノロジーイベントで配布したNFT。静岡銀行提供。

こちらのレポートはいかがでしたか？ぜひ、ご意見・ご感想をお聞かせください！ ▶▶▶

クリック

or

