

2024 年 12 月 24 日

株式会社そごう・西武と NFT 販売に関わる web3 マーケティングを実証

～ パブリックブロックチェーンのデータを活用し、新たなマーケティング手法を確立 ～

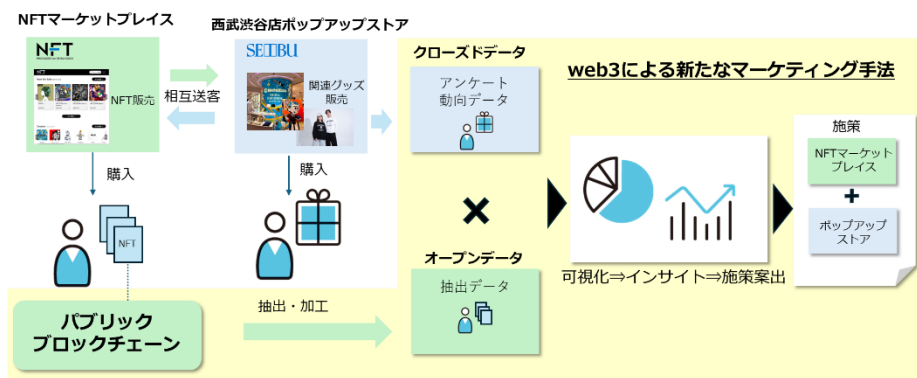
BIPROGY は、株式会社そごう・西武（以下、そごう・西武）と、ブロックチェーン技術による次世代の分散型インターネット環境である web3（ウェブスリー）を活用した、NFT 販売に関わるマーケティング実証実験を 2024 年 11 月から開始しました。

本実証では、そごう・西武が運営する NFT マーケットプレイスでの販売、ポップアップストアでのアンケートなどで得た NFT 利用者の動向データを、BIPROGY がパブリックブロックチェーン上から抽出したデータと掛け合わせて分析を行います。web3 が普及する将来の B2C 事業を見据え、NFT 利用者が求める商品やサービスの提案に向けて、パブリックブロックチェーン上のデータを活用した分析を行い、NFT の取得や譲渡など行動の実態を探索します。従来では分からない利用者の潜在的なニーズや嗜好などのインサイトをデータ化し、マーケティング手法の確立を目指します。

【背景】

web3 業界は、暗号資産に加えて、ステーブルコインやセキュリティトークンなどの新しい事業が台頭してきており、企業やブランドと生活者のつながりを強くする NFT マーケティングも出現しています。現在、これに伴い関連するインフラ事業（NFT 発行関連サービス、ウォレット、マーケットプレイス）や既存事業（B2C ビジネス）拡張に取り組む大手企業が増大しています。また B2C 事業では、人口減少により新規顧客獲得のコストが増大し、LTV（顧客生涯価値）の向上や同業・異業種の企業間での相互送客などマーケティングの指向に変化が生じています。

このような状況において BIPROGY とそごう・西武は、B2C 事業の新たなマーケティング手法を模索する実証実験を開始しました。



【実証実験の概要】

そごう・西武が EC 事業者として運営する NFT マーケットプレイスとポップアップストアを対象に、NFT や関連グッズの販売に関する動向データやアンケートなどと、BIPROGY がパブリックブロックチェーン上から抽出した利用者の保有 NFT などのデータと掛け合わせて分析します。得られた利用者属性、潜在的なニーズや嗜好などのインサイトを両社が評価して、マーケティングでの活用方法を検討します。

- ・ **実施期間**： 2024 年 11 月 1 日（金）～2025 年 3 月 31 日（月）
- ・ **対象**： そごう・西武 NFT マーケットプレイス「NFT PRODUCED by SEIBU SOGO」
西武渋谷店で開催の「HELLO SHIBUYA 2024」

■関連リンク：

BIPROGY の Web 3 での取り組み

<https://www.biprogy.com/solution/theme/blockchain.html>

そごう・西武 NFT マーケットプレイス「NFT PRODUCED by SEIBU SOGO」

<https://nft.sogo-seibu.jp/>

西武渋谷店「HELLO SHIBUYA 2024」（2024 年 11 月 5 日～11 月 11 日開催）※会期終了

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001896.000031382.html>

※記載の会社名および商品名は、各社の商標または登録商標です。

※掲載の情報は、発表日現在のものです。その後予告なしに変更される場合がありますので、あらかじめご了承ください。

<本ニュースリリースに関するお問い合わせ>

https://www.biprogy.com/newsrelease_contact/

Vision2030

わたしたちは、デジタルコモンズを
誰もが幸せに暮らせる社会づくりを推進するしくみに育てていきます

私たちは志や共感をベースに持続可能な社会の実現を可能にするために、

さまざまなサービスやノウハウをデジタルの力でつなぎ合わせ、

社会の共有財であるデジタルコモンズとして創造し、提供していきたいと考えています。

その実現に向けて、ビジネスエコシステムのパートナーと共に

多様な業界、業種、マーケットの視点から社会に貢献することにより、新たな価値やマーケットの創出につなげていきます。