

# ファンダムエコノミー入門

BTSから、クリエイターエコノミー、メタバースまで

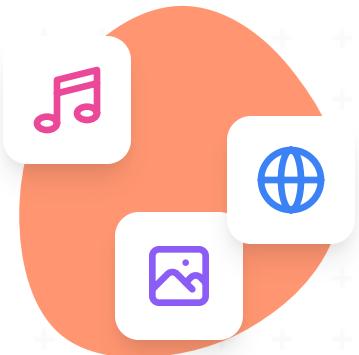
ファンダムが現代の経済、文化、社会にもたらす影響と可能性を多角的に探求する

参加型文化

贈与経済

Web3

コミュニティ



# ファンダムエコノミーとは？

ファンダムエコノミーとは、従来周縁的だったファン文化が  
新たな経済モデルと社会的価値を創出する重要な原動力となっている現象

DB

## 参加型文化

ファンは単なる消費者ではなく  
能動的な共創者として参加



## 贈与経済

「ギブ&ゲット」の循環が中心  
価値創造の原動力に



## コミュニティ形成

国境を越えた繋がりと  
独自の文化資本の構築



## Web3技術との相乗効果

NFT、暗号通貨、DAOなどの技術が  
ファンダムエコノミーを拡張し、  
クリエイターとファンの新たな関係を構築

# ファンダムは○○を超える



## 「消費者」を超える

K-POPのビジネスモデルは、ファンを単なる消費者ではなく、情報を拡散し、コミュニティを形成する「生産者」として位置づけています。

例：BTSのファンがタイムズスクエアに広告を掲出



## 「利己的人間」観を超える

ファンダムでは、個人の利益だけではなく、共同体への貢献や「推し」を応援する喜びを通じた行動原理が働いています。

例：ファンによる無償の翻訳活動や寄付活動



## 「資本主義」の枠組みを再考

従来の経済モデルでは、生産者が価値を一方的に決定していましたが、ファンダムエコノミーでは参加者全員が価値創出に関わります。

例：NFTやDAOによるコミュニティ共同所有



## 「国家」という枠組みを超える

ファンダムはしばしば国境を越え、グローバルなコミュニティを形成するため、国家による制度や規制を超えた社会形成の可能性をもちます。

例：BTSファンのBLM運動支援やグローバルな社会活動

「ファンダムエコノミー」は既存の枠組みを超えた新たな経済・社会モデルの可能性を示している

# 第1章：ファンダムエコノミー入門

## ヘンリー・ジェンキンズとの対話



### ヘンリー・ジェンキンズ

ファンダム研究の第一人者

MITメディア研究所の元所長。「コンヴァージェンス・カルチャー」「参加型文化」の概念を提唱。ファンダムを積極的な創造性と社会的実践として捉える研究のパイオニア。

「ファンダムは単なる消費活動ではなく、積極的な参加と創造を伴う「参加型文化」である」

#### ▢ ファンダムの歴史

ファンダムは19世紀から存在し、シャーロック・ホームズの「ベイカー・ストリート・イレギュラーズ」のような初期のファン組織もあった。インターネットはファンダムを生み出したのではなく、既存のファン活動をより容易にしただけ。

#### ▢ ファンダムの政治性

ファンダムは本質的に政治的である必要はないが、ファン活動で培った組織力やスキルが社会運動に転用されることがある。K-POPファンがトランプ陣営の集会に偽の予約を入れるなど、新たな形の政治的抵抗を示した。

#### ▢ BTSとARMY

BTSのファン「ARMY」は、グローバルなコミュニティを形成し、自発的なマーケティング活動や社会運動を展開。2020年には、BLM運動を支援するために寄付活動やSNS戦略を実施した。

#### ▢ 複合的経済システム

ファンダムエコノミーは伝統的な経済システムだけでなく、モラルエコノミー、ソーシャルエコノミー、贈与経済を含む複合的なシステム。単なる商業的関係を超えた価値交換が行われている。



**注意点：**ファンダムが常にポジティブとは限らない。QAnonのような陰謀論や反民主的な運動もファンダム的な組織論理（参加型、共同制作）を利用している。健全なコミュニティ設計が重要。

ファンダムは単なる消費活動を超えた参加型の文化であり、そこには新たな経済モデルの可能性が秘められている

## 第2章：Web3 ルネッサンス

### クリエイター/ファンダムの経済



リ・ジン

ベンチャーキャピタリスト

Web3技術がクリエイターエコノミーとファンダムにもたらす変革の可能性を探る。アテンションエコノミーに依存したWeb2.0のビジネスモデルがクリエイターに不利であった問題点を指摘し、Web3がどのようにしてより公平で持続可能な経済システムを構築できるかを論じている。

#### △ Web2.0のクリエイター収益格差

- Spotifyのロイヤリティの90%は上位1.4%のミュージシャンに支払われている
- GoogleとFacebookが2020年のデジタル広告収入の半分以上を占める
- アーティストはSpotifyで1ストリームあたり約0.004ドルしか得られない

#### 図 デジタル希少性の導入（NFT）

NFTはデジタル空間に「希少性」を導入し、クリエイターが自分の作品の価格決定権を取り戻す手段となる。これにより、少数の熱心なファンからの支援で生計を立てられるようになる。

##### 音楽NFT

1曲数千ドルで購入されるCatalogやSoundなどのプラットフォーム

##### アートワーク

The Generalistの報告書NFTが43%のリターンを投資者に提供

#### 図 DAOとコミュニティ・オーナーシップ

分散型自律組織（DAO）により、クリエイターとファンが共同でプラットフォームを所有・運営できるようになり、外部の仲介者による集権的支配から脱却できる。



コミュニティによる共同所有



収益の公平な分配

#### 図 パトロネージュ+投資のモデル

Web3では、クリエイターを支援する行為が単なる寄付ではなく投資となり、クリエイターの成功とともに支援者も経済的リターンを得る可能性がある。寄付（ドネーション）モデルから「価値モデル」への進化。

Web2.0

プラットフォーム企業が主導・収益獲得



Web3

クリエイターとファンが直接つながり共同で価値創造

# 第3章：ファンダム経済は「ギブ」でまわる

## 岡部大介



岡部大介

認知科学者

ファンダムを「学びの場」として捉え直し、その中で行われている活動の認知的・社会的側面を分析しています。特に、ファンダム内での「ギブ/ゲット」の関係性に注目し、これが従来の消費経済とは異なる独自の経済システムを形成していることを論じています。



### □ 自律的な学び

ファンダムでの活動は学校教育とは異なる、自発的で創造的な学びのプロセスを提供しています。コスプレイヤーたちは自律的に衣装制作や撮影技術を学びます。

### ◎ 共営的な学び

ファンダムはネットワークへの「ギブ」と「ゲット」の連鎖によって知識や技術が伝播し、参加と継続の歓びを増幅させる場となっています。他者と共に楽しむことが核心です。

### ◎ 円環的な学び

ファンダムでの学びは産業主義的な直線的成长ではなく、大きな変化を感じなくても円環的な時間を楽しむことができます。趣味としての継続性が重視されます。

### ♡ 「推し」の4つの条件

「中動態的な感覚」「公式との共営的共犯関係」「レビューションエコノミー」「自分がわかる玄人感」がファンダムの核心を形成しています。

## ファンダム事例

### コスプレイヤーの活動

コスプレイヤー同士がメイクを崩さず食べやすいお菓子を用意するなど、相互支援を行う文化

### ファン字幕制作

K-POPファンが無償で字幕を付ける活動で、スキルを共有し評価を得る

### BTS ARMY

ARMYによる国際的な寄付活動や字幕制作など、自己のコンピテンシーを使った無償貢献

ファンダム経済の核心は、金銭のためではなく、相手が喜ぶことが自分の喜びに直結する  
「ギフトエコノミー」的構造にある

# 第4章：中国の音楽アプリにみる クリエイターエコノミーのつくりかた



陳曉夏代

中国ビジネスコンサルタント

中国の音楽アプリは、単なる配信サービスではなく、ユーザー参加型の様々な機能を統合した「スーパーアプリ」へと進化しています。テンセント・ミュージックなどの事例から、西洋とは異なる発展を遂げたクリエイターエコノミーの特徴を探ります。



## ■ スーパーアプリの市場規模

2020年時点で全音楽オンラインサービスのユーザー数は約**6億人**、そのうち課金ユーザーは**7,000万人**程度。テンセント系の音楽アプリが中国の音楽サービスの**約7割**を占めています。

テンセント系

70%

## □ ユーザー参加型機能

- ✓ 自分で歌ったり投稿する機能
- ✓ 歌詞の翻訳をユーザーが投稿
- ✓ 作詞作曲コンペにユーザーが参加
- ✓ ファン同士のディスカッション機能

## ◎ 中国独自のビジネスモデル

### 入り口は無料開放

まず無料開放することから始め、ユーザーを集める

### アプリ内で細かく課金

様々な「扉」を設け、それぞれに課金機会を設ける

## △ ファンダムエコノミーとの関連

中国のビジネスは、ユーザーの「コンピテンシー」を発揮させるスーパーアプリと「参加・コミュニケーションエンゲージメント」の組み合わせによって巨大化。K-POPと同様の「ファンがファンのために活動し、それがプラットフォームに利益をもたらす」図式です。

ユーザー活動 → コンテンツ充実 → 更なる参加 → 収益化

# 第5章：贈与経済のためのUX

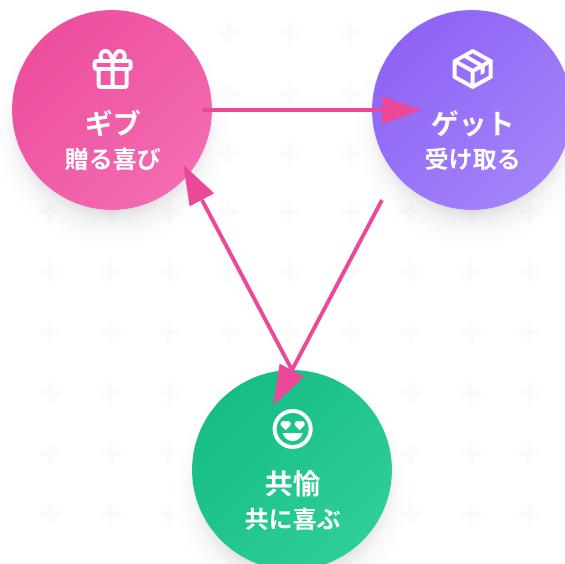
藤井保文×若林恵



藤井保文

UXコンサルタント

UXデザイナーの観点から、メタバース／DAO的コミュニティにおいて「ファンダム的ギフトエコノミー」をいかにデザインするかを論じています。人間は「誰かに喜んでもらう（ゲットしてもらう）ことで自らも充足感を得る行動原理があり、それを促すUI/UX設計が重要です。



## ④ メタバースの可能性

メタバース上では、自分の分身（アバター）やエージェントが自動で活動し時間と有効活用する「同時多発的な生き方」も可能に。専門家の多くは、真のメタバースの出現は5～10年先と予測しています。



アバター分身



時間の拡張

## ⑤ OMOの重要性

Online Merges with Offline（オンラインとオフラインの融合）が進む中で、「ジョイントビジョン」を掲げ、マルチステークホルダーに配慮できるリーダーシップが求められます。

国 オフライン

云 オンライン

## ⑥ 贈与経済のためのUXデザイン原則

### ① 「ギブ」の可視化

コミュニティへの貢献やギブが目に見える形で表示され、評価される仕組み

### ② コミュニティの強化

メンバー間の交流を促進し、共同体感覚を高める設計

### ③ 感謝の強化

ゲットした側の喜びや感謝を贈った側に伝える機能の充実

### ④ ジョイントビジョン

全ステークホルダーが共有できる大きな目標の設定と表示

## マインドセットの転換が必要

メタバースやWeb3のような新技術の活用には、「未開の土地を自分たちで開拓していく」西部開拓者的な感覚が重要。日本ではこうしたマインドセットの転換が課題です。

ファンダムエコノミーの健全な発展のためには、コミュニティへの貢献や「推し」への応援といった非金銭的な動機をどうUXデザインに組み込むかが鍵となる

# 第6章：メタバースのなかのリテール

## ダグ・スティーブンス



### ダグ・スティーブンス

リテールイノベーションの専門家

小売業にもたらすメタバースの変革の可能性と課題について論じています。特に、ブロックチェーン技術を基盤とした新しいビジネスモデルがリテール業界にどのような変化をもたらすかを探究し、企業がメタバース戦略を構築する上での指針を提供しています。

### メタバースとは

真のメタバースとは、あらゆる仮想世界が非断続的に組み合わさったものです。専門家の多くは、メタバースが現れるのは5年から10年先のことだと予測しています。



#### 今からの準備が重要

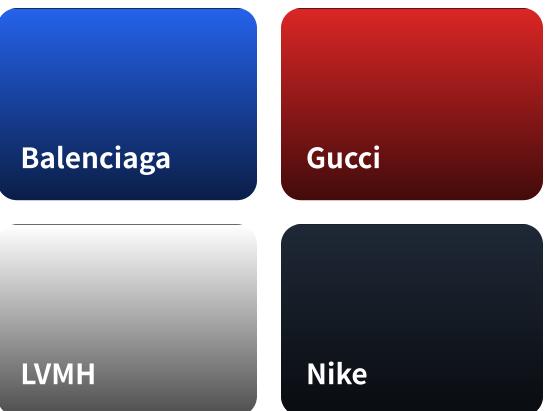
企業はDecentralandなどに少額投資をして、将来に備えるべき



#### コミュニティが鍵

単なる技術的新規性ではなく、体験の質とコミュニティが成功の要因

### ラグジュアリーブランドの参考例



Gucciは2022年3月に12.99ドルのバーチャル  
① スニーカーを500足限定で発売し、数分で完売



#### クリエイターエコノミー

メタバースにはクリエイターエコノミーの可能性が秘められており、世界中の誰もがファッショングレーバーになれるなど、デザインの民主化が進みます。



クリエイターの質と尊厳を保つ努力が必要

### NFTとデジタル資産

ブロックチェーン技術により、デジタル資産は真正性と希少性を確保でき、ブランドが直面している偽造品やコピー商品の問題が解決される可能性があります。



真正性



希少性



所有権



#### フランクショナル・オーナーシップ

ブロックチェーン技術により、レストランや不動産、ヨットなど様々な資産を共同で所有するモデルが実現しやすくなります。



DAOによる共同運営の可能性が広がる

すべての企業は今からメタバース戦略を構築し、将来の展開に備えるべきです。  
単に技術的な新規性だけでなく、体験の質とコミュニティの構築が重要です。

# 第7章：ファンダムの文化経済

## ジョン・フィスク（1992年）



ジョン・フィスク

メディア批評家

1992年の古典的論考を再録。フランスの社会学者ピエール・ブルデューの「文化資本」の概念を援用し、ファンダムが社会的に周縁化されながらも、独自の文化資本と経済システムを構築してきた過程を詳細に論じています。

### ファンダムとは

「ファンダムは「公式文化」から排除された人々が、独自の「ポピュラーカルチャー資本」を構築し蓄積する場となっている」

### ファンダムの主な特徴

△ 峻別と区別

□ 生産と参加

○ 資本の蓄積

### ○ ファンの生産活動の3形態

#### 記号論的生産

メディアから得た素材から意味を生成し、アイデンティティや社会的経験を形成する

#### 発話的生産

ファン同士の会話や議論を通じて共有される意味や解釈を生み出す

#### テクスト的生産

ファンフィクションや二次創作など、実際の制作物としてファン文化を拡張する

### ★ 具体的な事例



ロッキー・ホラー・ショー

参加型上映で台詞を挿入し意味を変える



スター・トレック

ファン小説でオリジナルの物語のギャップを埋める



女刑事キャグニー&レイシー

視聴者が自尊心を高め、行動様式を変化させる

### △ ファンダムの社会的意義

#### △ 被支配層のエンパワーメント

性別、階級、年齢などで不利な立場にある人々が文化的欠落を埋め、自尊心を高める手段となる

#### △ テクストの再生産

ファンは公式テクストの「ゆるさや余白」を利用しながら、二次創作を通じて新たな文化的意味を生み出す

#### △ シャドウエコノミー

ファンダムは公式の商業文化産業とは別に、独自の経済活動（同人誌販売やコンベンションなど）を形成する

#### △ 文化資本の蓄積

ファンはコレクションや知識を通じて威信やアイデンティティにつながる文化資本を蓄積する

ファンダムを単なる消費活動ではなく、独自の文化経済を構築する社会的実践として捉えるべき。  
ファンは提供されたコンテンツを自分たちのものに作り変えていく能動的な生産者である。

# ファンダムエコノミーの中心テーマ



## 参加型文化としてのファンダム

ファンダムは単なる消費活動ではなく、参加型で創造的な文化実践として捉え直すことで、従来の「生産者/消費者」の区分を超えた協働的モデルが浮かび上がります。

- ⌚ ファンは能動的な共創者として参加



## 贈与経済の核心的役割

「贈与」や「ギブ＆ゲット」の循環がファンダムエコノミーの中心となります。利益最大化を目的とする従来の資本主義モデルとは異なる原理で機能し、持続可能な価値創造を生み出します。

- ⌚ 相手が喜ぶことが自分の喜びに直結する経済構造



## Web3技術との相乗効果

NFT、暗号通貨、DAOといったWeb3技術は、ファンダムエコノミーの可能性を大きく拡張します。クリエイターは中間業者を介さずに直接ファンと経済的関係を構築でき、より公平で持続可能な関係性を形成できます。

- ⌚ 共同所有と分散型の意思決定モデルが可能に



## 文化資本としてのファンダム

ファンダムは、周縁化された社会集団（若者、女性など）に自己表現と社会参加の場を提供し、独自の文化資本を構築します。「自律的」「円環的」「共喫的」な学びのスタイルは、新たな社会システムの基盤となります。

- ⌚ 従来の教育システムでは見落とされていた価値観の再評価

「ファンダムエコノミー」は従来の経済モデルを超えた、  
参加型で創造的、そして持続可能な経済のあり方を示している



# 全体の構成と意義

0

## 序章: ファンダムは○○を超える

オープンイノベーションや共創を実践するモデルとしてのファンダム

1

## ファンダムエコノミー入門

ヘンリー・ジェンキンズとの対話を通じたファンダム研究の原点解説

2

## Web3 ルネッサンスとクリエイター/ファンダムの経済

リ・ジンによるWeb3とクリエイターエコノミーの新たなモデル解説

3

## ファンダム経済は「ギブ」でまわる

岡部大介によるコスプレやK-POPファンの学習とギブ/ゲット構造の認知科学的分析

### 4.中国の音楽アプリ

スーパーアプリ化したプラットフォーム

### 5.贈与経済のためのUX

メタバースでのギフトエコノミー

### 6.メタバースのリテール

小売業の変革とコミュニティ

### 7.ファンダムの文化経済

ジョン・フィスクの古典論文を再録

## ▷ 本書の意義

- 周縁的現象の再評価 - これまで周縁的な現象と見なされてきたファンダムを、経済、文化、社会、テクノロジーの交差点に位置づけ直し、新たなビジネスモデルの可能性を提示
- 学術と実務の架け橋 - 理論的分析と実務的知見を組み合わせ、ファンダム研究と実践的なビジネス応用を結びつける
- 国際比較の視点 - 日本、韓国、中国、欧米などのファンダム実践を横断的に分析し、グローバルな視点からファンダムエコノミーを考察
- 過去と未来の接続 - 1992年のフィスクの古典的論考から最新のWeb3技術まで、ファンダムの歴史的発展と未来の可能性を包括的に論じる

## ⌚ 構成の特徴

- 対談と論考の融合  
多様な視点から複合的にファンダムを捉える
- 学際的アプローチ  
メディア論、経済学、認知科学、文化理論を横断
- 理論と事例の往復  
K-POP、NFT、メタバースなど具体例から理論を展開

本書は、ファンダムをビジネス、テクノロジー、文化の交差点に位置づけ、デジタル時代における新たな経済・社会システムの青写真を提示している

# 結論と提言

## 1 ファンダムは新たな経済モデルの萌芽

従来の「生産者/消費者」の区分を超え、参加者全員が価値創出プロセスに関わる協働的なモデル。特に「贈与」や「ギブ＆ゲット」の循環が中心となる経済システムは、利益最大化を目的とする従来の資本主義モデルとは異なる原理で機能している。

## 2 メタバースにおけるコミュニティ構築の重要性

来るべきメタバースの世界では、単なる技術的新規性だけでなく、体験の質とコミュニティのあり方が成功の鍵となる。参加者が意味を見出し、所属感を得られるようなコミュニティデザインが重要となる。

## 3 企業とファンの新たな関係構築

企業は従来のように単に製品やサービスを一方的に提供するのではなく、ファンとの双向的な関係を構築し、ファンの創造性やコミュニティへの貢献を促進するようなプラットフォームを提供すべき。特に「ジョイントビジョン」を掲げ、多様なステークホルダーに配慮したビジネスモデルを構築することが重要。

ファンダムエコノミーをより深く理解し、その可能性を活かすことが、デジタル時代における新たな経済・社会システム構築の重要な手がかりになる

## 4 Web3技術との相乗効果

NFT、暗号通貨、DAOといったWeb3技術は、ファンダムエコノミーの可能性を大きく拡張する。クリエイターは中間業者を介さずに直接ファンと経済的関係を構築でき、ファンは単なる消費者ではなく共同所有者や投資家として参加できるようになる。

## 5 ファンダムの文化的・社会的価値の再評価

ファンダムが周縁化された社会集団に自己表現と社会参加の場を提供してきた文化的・社会的価値を再評価すべき。「自律的」「円環的」「共愾的」な学びのスタイルは、未来の社会構築に重要な役割を果たす可能性がある。

# アクションリスト

## 1 ファンの創造性を活かす環境を整備する

企業は、ファンが二次創作やコミュニティ活動を行いやすいよう、知的財産の柔軟な運用や、ファン同士が交流できるプラットフォームの提供を検討すべきです。ファンの創造性を制限するのではなく、それを促進し、企業とファンの共同価値創造につなげる戦略を構築しましょう。

著作権ポリシーの見直し 二次創作コンテストの開催 オフィシャルプラットフォームの構築

## 2 Web3技術を活用したファンエンゲージメントモデルを試験的に導入する

NFTやトークン化などのWeb3技術を活用して、ファンが単なる消費者ではなく、共同所有者や投資家として参加できるようなモデルを試験的に導入してみましょう。例えば、新製品開発やマーケティング活動にファンを巻き込み、その貢献に応じた報酬や権利を付与するシステムが考えられます。

限定NFTの発行 共同意思決定プラットフォーム構築 貢献度に応じたトークン配布

## 3 「ギブ＆ゲット」の循環を促進するUXデザインを実践する

サービスやプラットフォームのUXデザインにおいて、ユーザーが他者に「ギブ」し、それが自分の「ゲット」にもなるような循環的な仕組みを取り入れましょう。例えば、コミュニティへの貢献が可視化され評価される仕組みや、知識やスキルの共有が促進される機能などが考えられます。

貢献度の可視化システム 相互学習プラットフォーム 感謝表示機能の実装

## 4 メタバース戦略を今から構築し、将来に備える

真のメタバースはまだ実現していないものの、企業は今からメタバース戦略を構築し、将来的展開に備えるべきです。Decentralandなどの仮想空間に少額でも投資し、自社ブランドのプレゼンスを確保することや、ブロックチェーンやNFTの仕組みを理解するための研修を行うことが考えられます。

メタバース実験プロジェクト 仮想空間での体験設計 Web3人材の育成

## 5 ファンとの関係構築を中心に据えたビジネスモデルへと転換する

製品やサービスの販売を目的としたビジネスモデルから、ファンとの長期的な関係構築を中心に据えたモデルへと転換しましょう。例えば、中国の音楽アプリのように、様々な参加型機能を統合したプラットフォームを構築したり、ファンが「推し」として熱中できる要素を意識的に取り入れたりすることが考えられます。

スーパークリエイター化 コミュニティマネージャーの配置 ファン交流イベントの定期開催

これらのアクションを段階的に実行し、ファンダム的な「贈与と参加」の力を活かした  
新しいビジネスモデルと社会的価値の創出を目指しましょう

# 実践可能な仮説や行動案

## 1 仮説：ファンコミュニティを共創パートナーと位置づける

「顧客満足度を向上する施策」ではなく、「ファンが自ら楽しみを創造しやすい場や素材を提供する」ことを最優先に据える

→ ファン発案の企画を公式チャネルで実施

→ クリエイティブ素材のオープン提供

## 2 仮説：ギブを循環させるサービスデザインを試す

ファンがファンに教える仕組みを公式が支援し、ユーザー同士の称賛・交流を可視化することで相互贈与の快感を深める

→ ファン主導の知識ハブ構築支援

→ 貢献者の可視化と称賛システム

## 3 仮説：クリエイターとファンが共同投資するNFT企画

新曲や新番組制作に一部投資を募り、収益の一部をトークン保有者に還元。小口投資の敷居を下げる

→ クリエイティブプロジェクト用NFT発行

→ 新作関連の限定特典を投資家に提供

## 4 企業・ブランドのDX戦略にDAO的要素を組み込む

ファンと共有するビジョンを設定し、一部機能をトークン化して共同ガバナンスする仕組みを導入

→ 意思決定トークンの実験的導入

→ 提案・投票システムの構築

## 5 ファンダム体験の「練習」機会を教育に導入

学校や研修でコラボ制作を体験し、互いに称賛・贈与し合う実践的な学び場を構築

→ 協働制作型学習カリキュラム開発

→ 学びの成果共有イベント開催

これらの仮説は段階的に検証でき、小規模な実験から始めて、リスクを最小化しながらファンダムエコノミーの可能性を探ることができます

# 内容の応用可能性



## ビジネスモデルの革新

従来の一方向的な関係から、消費者（ファン）が価値創造プロセスに積極的に参加するモデルへの転換が可能。

- スタートアップが初期段階からファンを巻き込み、アイデア提供から資金調達、マーケティングまで共に行う
- The Generalistのように、プロジェクト投資者にリターンを還元するモデルを構築



## クリエイター個人の活動

アーティストや漫画家、YouTuberなどがNFTやソーシャルトークンを活用し、少数のコアファンとの直接的な支援関係を構築できる。

- 創作過程を共有し、限定コンテンツやNFTをコアファンへ販売
- ファンが部分的な版権を持つ協働制作モデルの構築



## 地域おこしや政治活動

地方の祭りや自治体プロジェクトを「ファンダム的」に設計し、地元ファンと観光ファンが参加できる場を拡大。

- 地域のファンがアイデア提供や資金提供を行うDAOの仕組みを導入
- 地域の特色をNFT化して「部分的所有権」をファンに提供



## 教育・研修

ファン活動のように「自分の得意を贈与し、仲間と切磋琢磨する」スタイルを探究学習や新人研修に導入。

- 企業内で社員が自発的に知識やスキルを共有する場を公式に支援
- 教育機関での「推し」を核にした探究的・協働的な学習モデル



## 国際協力・アクティビズム

グローバルファンがSNSで結束し社会課題を解決（募金やSNSキャンペーン）。政治や気候変動への意識喚起にも応用可能。

- BTSファンのような国境を越えた募金・寄付活動のモデル化
- エコシステム保護のためのNFT販売と資金循環の仕組み

「ファンダムエコノミー」の概念は、企業、自治体、教育機関、個人の働き方や生き方など多様な領域に革新的な変化をもたらす可能性を秘めています

# 新たな視点や気づき



## 「ファンダム=熱狂的な消費者」の固定観念を壊す

ファンは単なる受け身の消費者ではなく、積極的にコンテンツや社会を変える主体であることが分かります。K-POPのARMYなどがその好例で、ファンコミュニティがマーケティングや社会活動を主導するケースが増えています。

**新視点：**ファンを「熱心な顧客」ではなく「共創パートナー」として位置づける



## 贈与と参加のエネルギーが経済を拡張する

金銭だけでは測れない欲望や承認欲求、遊びへの衝動が新たなビジネスの基盤になりうることが明らかになりました。ファンダム内の「ギブ&ゲット」の循環は、従来の経済理論では説明できない価値創出の原動力となっています。

**新視点：**「贈与経済」をビジネスモデル設計の中心に据える考え方



## Web3とファンダムの親和性

NFTやDAOはファンダムが従来から内包してきた「共同所有」「贈与経済」の可能性をテクノロジーで拡張します。クリエイターとファンが直接つながり、両者が経済的利益を共有するモデルがWeb3技術で実現可能になっています。

**新視点：**Web3は単なる投機ではなく、ファンダムの拡張としての可能性に注目



## 社会変革へのファンの動員力

ポジティブに機能すれば寄付や政治運動の連帯になりますが、過激化・分断を深める負の面も持ちます。BTSファンによるBLM支援や社会活動は、ファンコミュニティが社会変革の原動力になりうることを示しています。

**新視点：**ファンコミュニティを社会課題解決の新たなアクターとして認識



## 学習・教育手法としてのファンダム

コスプレや同人活動などファン実践が自律的学びを促進しているように、人は好きなことに没頭する中で高いコンピテンシーを発揮し、これを他者へギブする循環が生まれます。従来の教育システムでは見落とされがちだった「趣味による学び」の力を再評価する視点が得られます。

**新視点：**熱中・没頭・共有による「共営的な学び」のモデルを教育や企業研修に応用できる可能性

これらの新たな視点は、企業、自治体、教育機関、個人の働き方や生き方に革新をもたらす可能性があります。

「ファンダム」を切り口にしたデジタル時代の経済・社会構想として、その実践的応用に取り組むことが重要です。

# ファンダムエコノミーの未来展望

現在 導入期 1-2年 拡大期 2-3年 成熟期 3-5年 統合期 5-10年 革新期



## 業界垂直型DAOの台頭

2-3年内

特定産業（音楽、映画、ゲーム等）に特化したDAOが増加し、プラットフォームと権利管理の主導権をクリエイターとファンが握る動きが進みます。これにより、業界ごとに特化したトーカン経済圏が形成されていきます。

クリエイター中心経済 業界別トーカン 分散型意思決定



## フィジカル・デジタル統合の加速

1-2年内

NFTやデジタルアセットが物理的商品・体験と結びつき、購入したグッズがデジタル空間での特典や権利と連動するシステムが普及します。AR/VRの発展により、現実とデジタルの境界がさらに曖昧になります。

フィジタル商品 AR/VR体験 トーカンゲーティング



## コミュニティ所有IPの誕生

3-5年内

ファンコミュニティが共同で知的財産権を所有・管理する「コミュニティ所有IP」が登場します。キャラクター、物語世界、音楽作品などをDAOが管理し、二次創作や活用についてもコミュニティが決定権を持つモデルが広がります。

分散型著作権管理 ファン主導制作 収益分配



## クリエイターミクロ経済圏の拡大

1-2年内

個々のクリエイターが自身のトーカンや経済圏を持ち、「1000人の真のファン」と深い関係を構築するモデルが一般化します。従来のプラットフォーム依存から脱却し、独自の交換価値を持つミクロ経済圏が乱立する時代が到来します。

ソーシャルトーカン メンバーシップNFT パトロネージュ+



## メタバース社会構造の形成

5-10年内

複数のメタバースがオープンスタンダードで接続され、アバター・アセット・アイデンティティが相互運用可能な「メタバース社会」が形成されます。物理世界と同等またはそれ以上の経済活動がメタバース内で行われるようになります。

仮想都市国家

デジタル労働市場

独自通貨経済圏

没入型共同体験

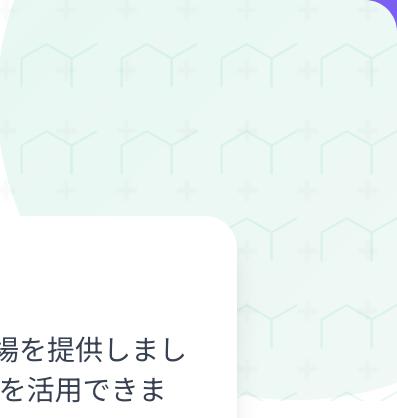
分散型アイデンティティ

相互運用プロトコル

ファンダムエコノミーは、単なるトレンドではなく社会・経済構造の根本的な変革を示唆しています。

企業、クリエイター、コミュニティは、この変化に主体的に参加することで新たな価値創造の機会を獲得できるでしょう。

# ファンダムエコノミー実践ガイド



## 1 マインドセットの変革

顧客やファンを「消費者」ではなく「共創パートナー」として再定義しましょう。彼らの創造性や情熱を活かす場をつくることが第一歩です。

目標設定の見直し

社内研修の実施

実験的マインド

## 2 コミュニティ構築

ファンが交流し、アイデアを共有し、互いに支援できる場を提供しましょう。Discord、Twitter Spacesなどのプラットフォームを活用できます。

コミュニティガイドライン

モダレーター任命

定期イベント開催

## 3 価値交換の設計

「ギブ＆ゲット」の循環を促す仕組みを構築しましょう。経済的価値だけでなく、承認、所属感、スキル向上など多様な価値を考慮します。

トークン設計

レビューションシステム

報酬体系

## 4 テクノロジー活用

Web3技術（NFT、DAO、トークン等）を活用し、所有権やガバナンスをファンと共有する仕組みを構築。小規模な実験から始めましょう。

ウォレット連携

スマートコントラクト

ガス代補助

## ケーススタディ

### 音楽アーティストK

インディーズアーティストKはNFTを活用し、1000人の熱心なファンから制作費を調達。各NFT保有者は新曲のロイヤリティ一部を受け取る権利と、制作過程参加権を獲得。結果、従来のレーベル契約より3倍の収益を実現。

- 中間業者排除で収益向上
- ファンとの関係性強化
- リスクの分散と共有

## 実践リソース

### 技術ツール

OpenSea NFTマーケットプレイス

Aragon DAO作成ツール

Mirror.xyz Web3出版プラットフォーム

### 学習リソース

Web3コミュニティ構築ガイド

トークノミクス設計入門

NFTローンチプレイブック

## 5 測定と反復改善

従来のKPIだけでなく、コミュニティ活性度、贈与の循環度、共創の質など新しい指標を設定し、継続的に改善していきましょう。

### エンゲージメント指標

参加率、滞在時間、UGC量など

### コミュニティ健全性

相互支援率、新規メンバー受入れ度など

### 経済指標

トークン流通率、取引量、価値安定性など

### 共創成果

コラボレーション数、アイデア実装率など

ファンダムエコノミーの実践は、テクノロジーだけでなく、文化・組織・マインドセットの変革を伴います。

小さな実験から始め、コミュニティとともに学び、成長していくプロセスを楽しみましょう。

# ファンダムエコノミーの未来へ

## 新たな経済モデルの創造

ファンダムの持つ「参加」「共創」「贈与」の文化は、従来の資本主義とは異なる経済モデルの萌芽です。テクノロジーの進化によって、この新しいモデルはますます現実的なものとなっています。

## テクノロジーの変革的活用

Web3、NFT、DAOなどの技術は、ファンダムエコノミーを実現する強力なツールとなります。これらは単なる投機ではなく、新しい協働・共有の形を可能にする基盤です。

## コミュニティの力の再発見

ファンダムエコノミーの核心にあるのは「コミュニティの力」です。ブランドやクリエイターとファンが協働することで、これまでにない価値とエンゲージメントが生まれます。

## 持続可能な関係性の構築

一方的な消費・提供関係から、相互に価値を創造し合う関係へ。ファンダムエコノミーは長期的に持続可能なビジネスモデルと創造的表現の可能性を広げます。

## 次のステップ



### 実験から始める

小規模な実験からスタート。ファンとの新しい関係性構築を試してみましょう。



### コミュニティ設計

ファンが主体的に参加できる場を設計し、共創の文化を育みましょう。



### 継続的な学び

急速に進化する分野です。常に学び、適応し続けることが成功の鍵です。

ファンダムエコノミーの旅を始めよう



お問い合わせ: info@fandom-economy.jp