

マイナンバーカード利活用

令和7年度 マイナンバーカードを活用した エンタメDX実証実験

2026/3/27 国民向けサービスグループ マイナンバーカード民間利活用担当

マイナンバーカードが支える、個人に寄り添う、安全・便利なデジタル社会

保有：10,114万枚（約81.2%） R8.1月末時点



マイナンバーカード活用に関する実証事業の取り組み（令和5年度）

○ デジタル庁では、民間事業者の協力を得て、国民の馴染みのある利用シーンでの活用に向けた実証実験を推進中。



■ イベント会場内年齢確認（酒類提供・年齢制限）

Surf in MUSIC in 北泉（R5.9/16）

- ・マイナンバーカードの認証により年齢確認し、ドリンクコインとリストバンドを配付。（ドリンク1杯無料のインセンティブ）
- ・販売時はドリンクコインとリストバンドを確認して酒類を提供することで、健全な興行運営を実現。



PIA MUSIC COMPLEX（R5.9/30,10/1）

- ・マイナンバーカードの券面をOCR機器で読み取って年齢を判定し、アルコール提供可・不可の缶バッチを配布。合わせて手の甲にスタンプを押印。（ドリンク1杯無料のインセンティブ）
- ・販売時は缶バッチとスタンプを確認して酒類等を提供し、健全な興行運営を実現。（2日間で合計5,000人超が参加）



■ 特設エリア入場時本人確認（イベント会場内休憩スペース）

PIA MUSIC COMPLEX（R5.9/30,10/1）

- ・オンラインでマイナンバーカードを用いて事前登録。当日はマイナンバーカードで本人確認して、入場資格を確認の上で、リストバンドを配付。
- ・リストバンドで入場資格の確認を行うことで、スムーズな入退場を実現。



■ 自転車競技 出場選手の事故リスク誓約書

秋ヶ瀬の森バイクロア13（R5.12/2,3）

- ・競技参加者の事故リスク誓約書の取得をマイナンバーカードによる認証を活用して実施。正確な意思確認による同意取得と、電子データ収集による管理の効率化を実現。（インセンティブとして500円分のギフトカードを提供）



■ 登山計画・入山届のデジタル化、本人確認（山小屋）

アイスクャンディフェスティバル2024（R6.2/3,4）

- ・マイナンバーカードの認証を活用して登山届を電子化。個人情報を取得して、山小屋の管理業務に活用。
- ・登山アプリ「コンパス」と連携し、本人同意に基づく登山者の現在位置の把握も実験内容に反映。

マイナンバーカード活用に関する実証事業の取組み（令和6年度）



■チケット不正転売防止

第38回 マイナビ 東京ガールズコレクション 2024 SPRING/SUMMER (R6.3/2)

・チケット購入時及び会場入場時に、マイナンバーカードで本人確認を行うことで、チケットの不正転売を防止。



■ゴルフ場の記入レスチェックイン

全国4箇所（茨城県・神奈川県・静岡県・熊本県）のゴルフ場 (R6.9/30~R7.1/31)

・受付に設置の顔認証端末にマイナンバーカードをかざし、顔認証を行うことで、受付用紙への住所・氏名等の記入を不要とし、記入レスチェックインを実現。



■住所情報を活用したプロモーション、特典不正受取防止

明治安田J1リーグ公式戦（2試合）の試合会場 (R6.11/1,9)

・スタジアム場外の抽選ブースに設置の顔認証端末にマイナンバーカードをかざし、顔認証を行うことで、住所情報等により区分されたエリアプロモーション、および特典受取時の本人確認による不正防止を実施。



■在学資格証明デジタル化

JR大阪駅で将来利用シーンデモ (R7.3/24)

・マイナンバーカードによる本人確認と、デジタル在学証明書の真正性をデジタル技術を活用し確認する事で、大学の証明書発行業務と、駅の検証事務の省人化可能性を検証。



■ライブイベント等のチケット不正転売防止、業務効率化

①モーニング娘。小田さくらバースデーイベント (R7.3/21) ②Hello! Project ひなフェス 2025 (R7.3/29,30)

・電子チケットサービスのアカウントとマイナンバーカード情報を紐づけ、アカウントのユニーク性担保と顔登録により、複数アカウントでの大量申込・購入を防止し、チケットの不正転売を防止、入場時本人確認の効率化を実現。



■スマホ搭載を活用したセルフレジでの酒類・たばこ購入時の年齢確認、小売店舗の省人化

都内コンビニ ラボ店舗 (R7.3/14)

・マイナンバーカード機能のスマートフォン搭載を利用し、セルフレジで酒類・たばこ等の年齢確認対象商品購入時の年齢確認の流れを、実験環境で検証。利用者体験の確認と、小売事業者の省人化を検証。

マイナンバーカード活用に関する実証事業の取組み（令和7年度）

■自然公園エコシステム



北アルプスエリア、ハケ岳エリア 計23か所の山小屋でのデジタル証明書検証（R7.10-R8.2）

・マイナンバーカードを活用した登山者情報のデジタル基盤整備の実用性の検証。登山者情報基盤の有用性（誓約書提出、寄付・募金協力・登山計画、山小屋チェックイン等）、募金、寄付等、非対面徴収モデルの有用性検証、マルチ価格設定移行の可能性検証を実施。

■エンタメDX（チケット不正転売防止&ファンクラブ情報連携）



モーニング娘。'25コンサートツアー（R7.12/5） Juice=Juice結成イベント（R8.2/3） SATOYAMA（R8.3/20-21）

・昨年度までに実施のチケット不正転売防止の更なる深化の検証に加え、興行の運営業務効率化・省力化効果、チケット以外のエンタメ業界へのマイナンバーカードの活用可能性の検証。
・『iPhoneのマイナンバーカード』の利用やVC技術を活用したファンサービス検証

■学割 在学証明デジタル化の社会実装



デジタル在学証明の社会実装検証（実大学、実学生、実サービス）（R7.10-R8.3）

・昨年度技術検証した大学在学証明のデジタル化インフラをもとに、社会実装に至るための運用実証を実施。
・複数大学の学生を対象に、交通機関での学生割引チケット販売や、コシダカホールディングス社と連携し、カラオケ利用時の学割提供サービスを実装、運用検証。

■不動産DX（不動産賃貸借契約手続のデジタル・ワンストップ化）



不動産賃貸借契約手続における本人確認・年収情報連携の実証（R8.3）

・年間約200万件の賃貸借契約手続において、マイナンバーカードを活用した本人確認およびマイナポータルAPIによる所得情報連携を通じ、入居申込から契約締結前までの一連の手続のデジタル完結モデルを構築。
・実務上の課題や制度的・技術的論点を整理した上で、来的な契約締結を含む一連の手続のデジタル化（ワンストップ化）の方向性について整理する。

マイナンバーカード利活用：ライブイベントにおけるチケット不正転売防止・業務効率化実証実験

■実証概要

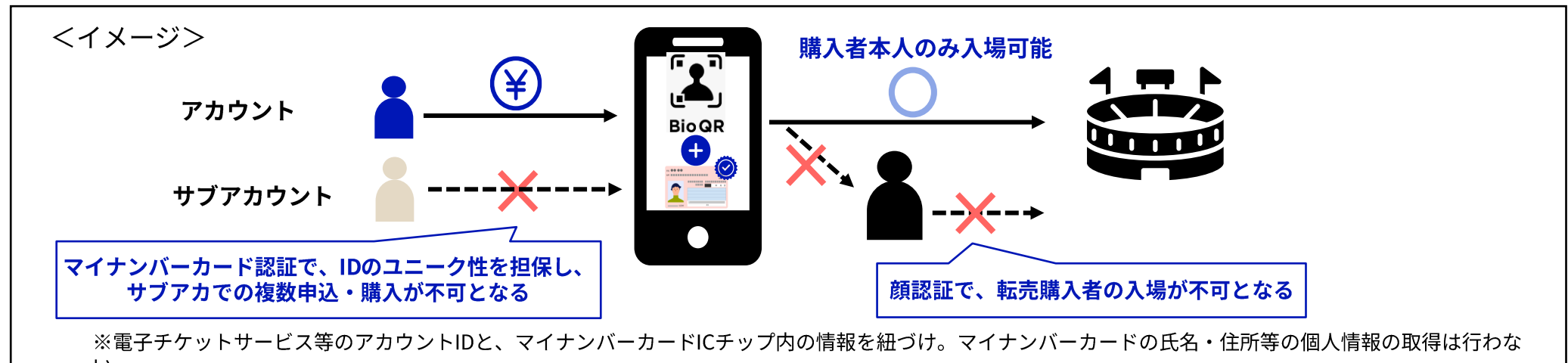
昨年度の実証（チケット不正転売防止）で明らかとなった課題を解決し、社会実装に繋げるための実証実験。

<本実証のポイント>

- ① デジタル認証アプリとチケットシステムの連携、実装
- ② 会場入場時本人確認のデジタル化（QRかざし+顔認証）による業務効率化の検証
- ③ 大規模な認証数が確保可能なIPでの検証
- ④ FC会員向けに新たに提供できる付加価値の検証 ※FC：ファンクラブ
- ⑤ 会場入場後の転売対策技術の検証（特定エリア入場時確認に顔認証を実施予定）

■実証フロー

- ① 抽選申込時にマイナンバーカード認証+顔登録し、認証済アカウントを作成（サブアカでの複数申込・購入防止）
- ② 認証済みアカウントのみ抽選を実施し、当選者に対して登録された顔情報と紐づいたQRコードを発行
- ③ 入場時「QRコード+顔」を会場設置端末で読み取り、チケット保有者の本人確認を実施（なりすまし入場防止）



マイナンバーカード利活用：エンタメDX実証実験

■実証概要

昨年度の実証（チケット不正転売防止）での課題を解決し、社会実装に繋げる実証実験

<本実証のポイント>

- ①大規模認証（認証数、認証率向上）
- ②UX改善（デジタル認証アプリ、チケットシステム、ファンクラブ間）
- ③デジタル属性証明技術の活用（ファンクラブ会員向けサービス提供）
- ④入場後転売対策（特定エリア入場時に再度チケット＋顔認証）

	モーニング娘。 '25 コンサートツアー	Juice=Juice FCイベント	SATOYAMA & SATOUMI
アーティスト	モーニング娘。'25	Juice=Juice	アップフロントグループ所属タレント
開催日時	2025年12月5日（金）	2026年2月3日（火）	2026年3月20・21日（祝・土）
場所	横浜アリーナ	板橋区立文化会館	幕張メッセ
集客規模	10,000人／公演	1,150人	約40,000人
マイナンバーカード 認証率	約30%	約91%	-
実施内容	<ul style="list-style-type: none">・マイナンバーカード認証チケットと顔認証を用いた入場・マイナンバーカード認証不備者を対象にしたサポートデスク設置	<ul style="list-style-type: none">・マイナンバーカード認証チケットと顔認証を用いた入場・会場内座席交換対策検証・iPhoneのマイナンバーカード（mdoc）のファンサービス企画検証	<ul style="list-style-type: none">・VC（Verifiable Credential）技術のファンサービス検証未来のデジタルチケット、新しいファンサービス体験※会場内ブースにて約520人が体験

【3/20.21実施】VC (Verifiable Credential) 技術のファンサービス検証

検証内容整理



現状課題

転売チケットが高額化し、本当に行きたい人が行けない

- 転売ヤーが複数アカウント・ルートでチケットを大量購入し不正転売

公式リセールがなく、不安・損失・トラブルの温床

- 非公式二次流通サイトやSNS等で転売するほかない状況

購入方法・チケット種別で、入場方法がバラバラ

- ファンにとって手間、入場も非効率

過去の“推し活”量が、特典や体験に反映されづらい

- FC/チケット/グッズEC等情報が分断、推し活状況が見えづらい

未来のチケット

本当に行きたい人が適正価格で参加

- マイナンバーカード活用で、複数プレイガイド販売でも「1人1申込」化され、当選機会公正化

公式リセールで安心して売買

- 正規ルート、かつ、本人確認済ユーザーのみリセール売買可能

入場方法統一、スムーズな入場

- 例えばチケットQR+顔認証に統一、ファンの手間も運営負担も軽減

“推し活”熱量やファン属性に応じて、特別な特典や体験が提供

- 例えばイベント当選確率UP、誕生日の人限定プレゼント等

ブース体験



- チケット不正転売防止に関するクイズ



- チケットQR+顔認証入場、なりすまし入場体験



- イベント参加回数に応じた限定グッズ当選確率UP体験

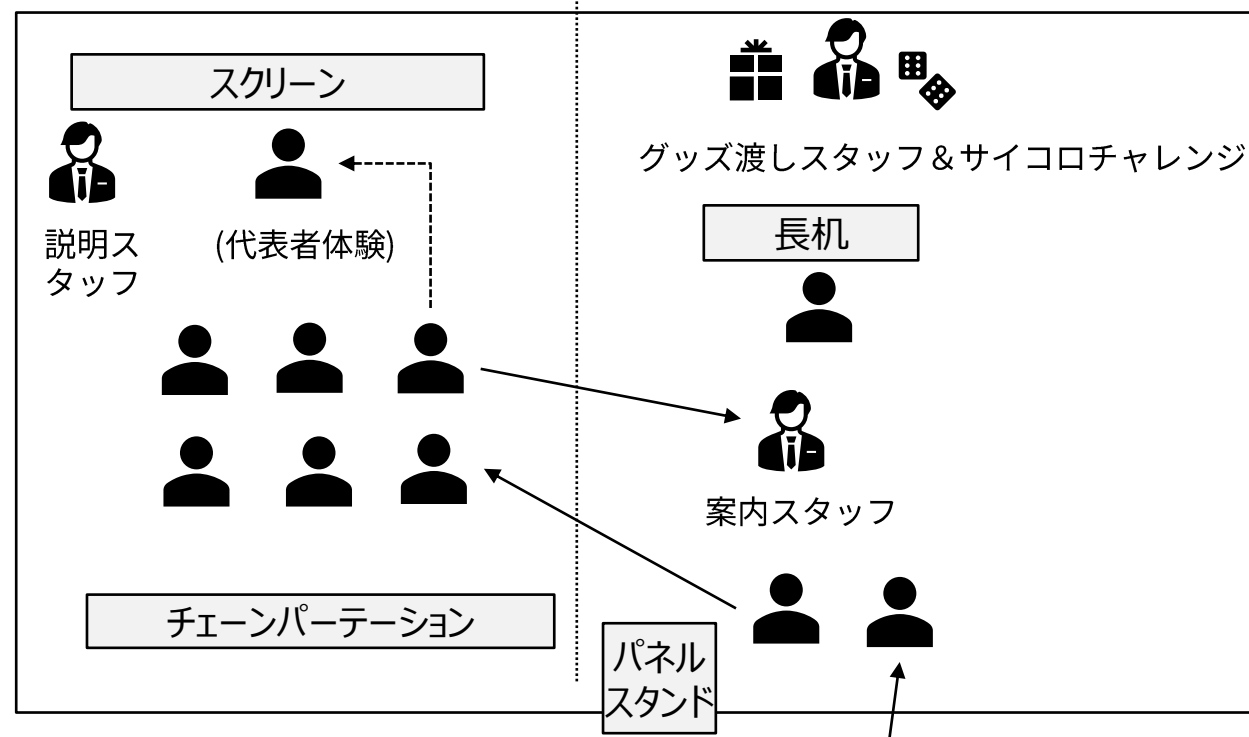
【3/20.21実施】 VC (Verifiable Credential) 技術のファンサービス検証

『未来のデジタルチケットを体験&アンケート、イベント参加回数に応じたサイコロチャレンジを実施』

ブースでの体験フロー

	所要時間	内容
体験	5分	体験 <ul style="list-style-type: none"> • 意義目的、ユースケース説明 • 不正転売クイズ、代表者になりしめし入場体験、サイコロチャレンジ • 受容度を挙手でアンケート
	30秒	<ul style="list-style-type: none"> • 引き換えに限定エコバッグ受取
特典受取	30秒	直近1年のイベント参加回数（自己申告制）に応じて、サイコロチャレンジ <ul style="list-style-type: none"> • 1.2.3の目が出たら限定ステッカー獲得 <ul style="list-style-type: none"> - 参加回数0~1回：1回振れる - 参加回数2回：2回振れる - 参加回数3回以上：3回振れる

ブース内導線イメージ



検証ポイント

<メイン>

不正転売を防止し、複数発行元（チケットプレイガイド）に依存せず、会場で同一方法で検証できる共通検証基盤を前提とした、チケットモデルに対するユーザー受容性の確認

<サブ>

過去のイベント参加回数等、ファン自身のアーティスト応援履歴に応じたインセンティブ体験に対するユーザー受容性の確認

【2/3実施済】 エンタメ会場内座席交換対策検証

会場前方の一部(32席)を対象に実証し、当日来場した30名に対し本人確認を実施。
エリア入場時に再度チケット+QR認証を行いオペレーション面の課題を検証。



実施内容

人気エリア入場時
顔認証

人気エリア入場口で再度チケット+顔認証を実施し、当選者本人のみ入場可能

認証失敗時
救済対応

顔認証がうまくいかない場合は、スタッフがチケット+身分証を用いて確認

検証分析

正規入場率

- 当選者、入場者の一致率（顔認証+救済措置本人確認で100%を目指す）

ユーザー満足度
・課題

- イベント後アンケート（受容性・納得感、負担感、懸念・改善点等）

オペレーション
課題

- エリア入場時の処理時間、例外対応件数
- スタッフアンケート（負担、改善点等）

【2/3実施済】 iPhoneのマイナンバーカード（mdoc）を活用したファンサービス企画

目的

mdoc本人確認の技術検証を行い、課題を把握する
+α、ファンマーケティングへの活用可能性について検証

実施概要

- 対象イベント：Juice=Juice FCイベント2026～
Miracle×Juice×Box×結成Party！
- 日時：2026年2月3日（火）物販開始12：00～18：30
- 実施場所：板橋区立文化会館 物販ブース付近

想定ターゲット

- 対象者（AND条件）
 - 当該イベントの来場者（昼公演・夜公演）
 - iPhoneを所持している方
 - マイナンバーカードを所持している方
 - グッズを購入した方 ※下限は設定しない
- 対象外（OR条件）
 - 2/3公演の参加者ではない方
 - Android端末の方（※本企画では対象外）
 - グッズ購入していない方

当日参加者

- キャンペーン参加者 307名
 - 昼公演参加者 76名
 - 夜公演参加者 107名
 - 昼・夜両方参加者 124名

企画内容

「iPhoneのマイナンバーカード」利用体験キャンペーン (対象：グッズ購入者)

- グッズを購入した人で、「iPhoneのマイナンバーカード」利用を体験してくれた人に限定グッズ付与
- マイナ対面確認アプリで誕生日を判定
 - イベント当日が誕生日である人には、よりプレミアムなグッズをプレゼント(非誕生日の場合もグッズ付与)

企画イメージ



※本キャンペーンでは生年月日を「誕生日かどうかの判定」にのみ使用、保存・記録は行わない
※マイナンバーカードの生年月日以外の個人情報（氏名・住所等）の取得は行わない

【2/3実施済】 mdocを用いたファンサービス企画：ファン体験フロー、検証内容

iPhoneへのマイナンバーカード追加

マイナンバーカード対面確認アプリを使った本人確認

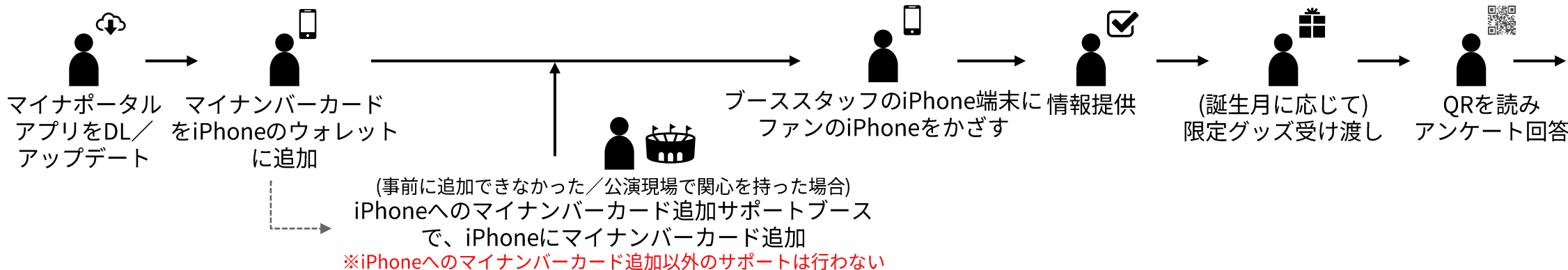
ファンマーケティングへの活用

場所

●——— 自宅等

「iPhoneのマイナンバーカード」利用体験ブース（イベント会場）

ファン体験フロー



検証すること

検証①

iPhoneにマイナンバーカード追加する際の課題は？

- 完了数&離脱数
- 事前完了数&当日完了数
- 離脱要因(iOSバージョンが古い等)

検証②

マイナ対面確認アプリで本人確認をする際の課題は？

- 認証成功数&失敗数
- 誕生日判定成功数&失敗数
- 失敗要因(認証PIN忘れ等)

検証③

限定グッズを受け渡し数/購買影響度

- ファン一人当たりの平均所要時間
- Ops全体・UXフロー改善点
- 「チケット×グッズ購入×キャンペーン」セグメント分析

検証方法

- 「iPhoneのマイナンバーカード」利用を体験したユーザーへのアンケート集計&分析
- 「iPhoneのマイナンバーカード」追加サポートブースでのサポート内容記録

- 「iPhoneのマイナンバーカード」利用を体験したユーザーへのアンケート集計&分析
- 「iPhoneのマイナンバーカード」追加サポートブースでのサポート内容記録
- 時間計測（ストップウォッチor動画撮影）
- オペレーションスタッフインタビュー

- 「iPhoneのマイナンバーカード」利用を体験したユーザーへのアンケート集計&分析
- 「iPhoneのマイナンバーカード」追加サポートブースでのサポート内容記録
- 時間計測（ストップウォッチor動画撮影）
- オペレーションスタッフインタビュー