

ブロックチェーン技術と投票システムで
世界における日本マンガの流通モデルを変革する

MANGA ANIME TOKEN

WHITE PAPER Ver 8.3

■ プロジェクトの目標

様々な日本のオリジナルマンガコンテンツ、作家を、第一弾攻略市場である中国マーケットで微博Weibo等を駆使し、情報拡散ならびに「シナリオ（ネーム）＋キャラクター等」の時点で、人気投票を実施する。

作品への制作投資をする前に、フォロワー数、人気度を測り、上位のものをマンガ・アニメ化することで、中国発の日本人人気作家・マンガを効率的に創出し、その後のアニメ・ゲーム・グッズの成功確率を上げ、中国での日本マンガの新しい流通モデルを構築する。

そして中国からアジアへ、アジアから世界を目指す。



■ プロジェクト骨子

ブロックチェーン技術と投票システムで 世界における日本マンガの流通モデルを変革する

第一弾の市場として、中国を設定

マンガアニメトークンを購入した「日本マンガファン」の中国人による事前投票で、多くの票を集めたシナリオ・キャラクターで、マンガ・アニメ化



マンガ・アニメ・ゲーム・グッズの統合コンテンツプラットフォーム（独自）から、発信・販売・流通



MANGANIME
STORE

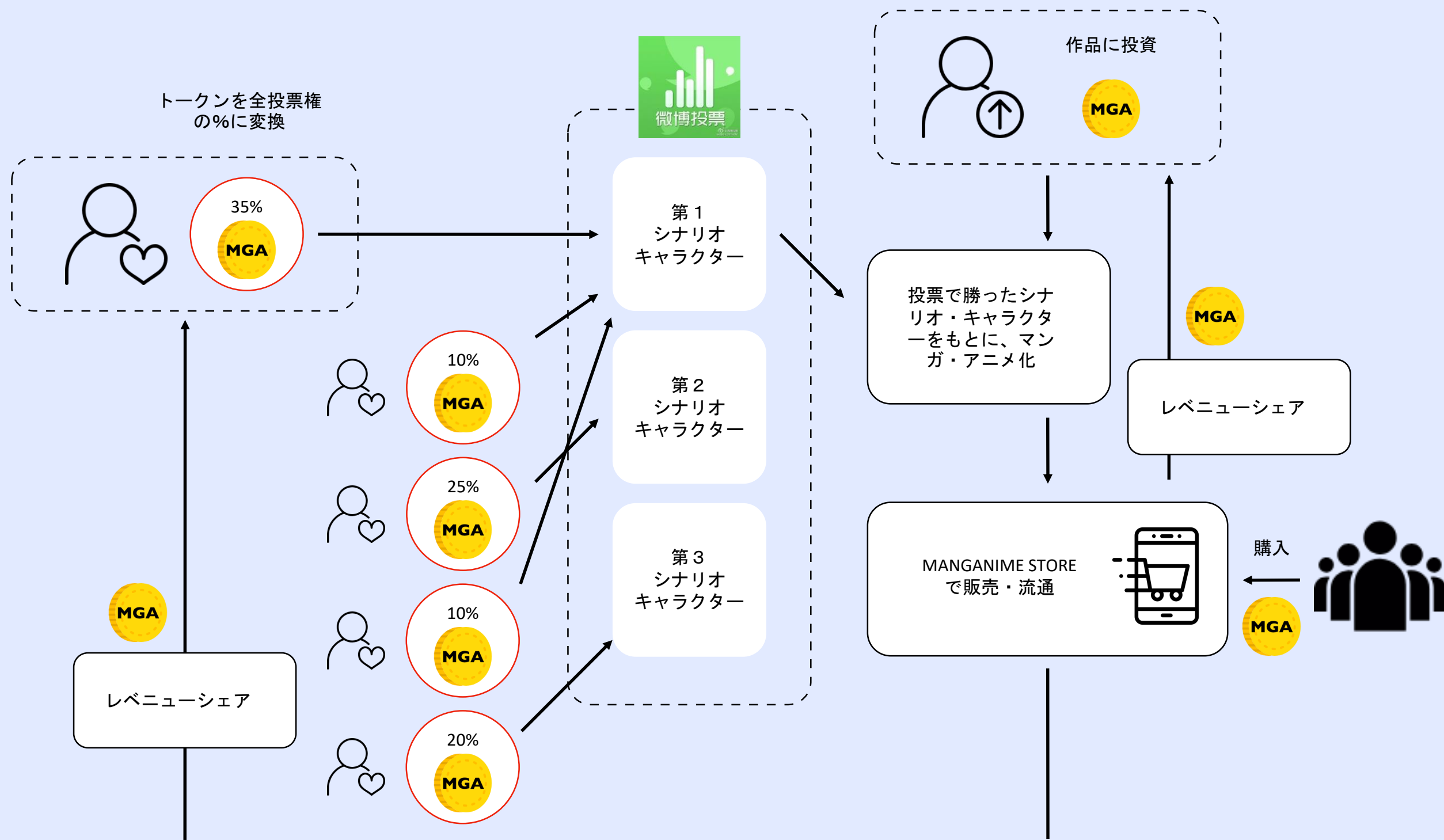
■ MANGANIME トークン (MGA)

MANGANIME トークンのユーザー特典



1. MANGANIME STORE内の商品・サービスを割引価格で購入できる。
2. 漫画家、作家への投票（投げ銭）として使用できる。
3. トークン数に応じた投票数を獲得できる。
4. コンテンツ制作投資の際に、割引価格で投資ができる。
5. コンテンツ化された作品の、レベニューシェアを受け取ることができる。

■ 日本マンガの海外における流通システムの変革

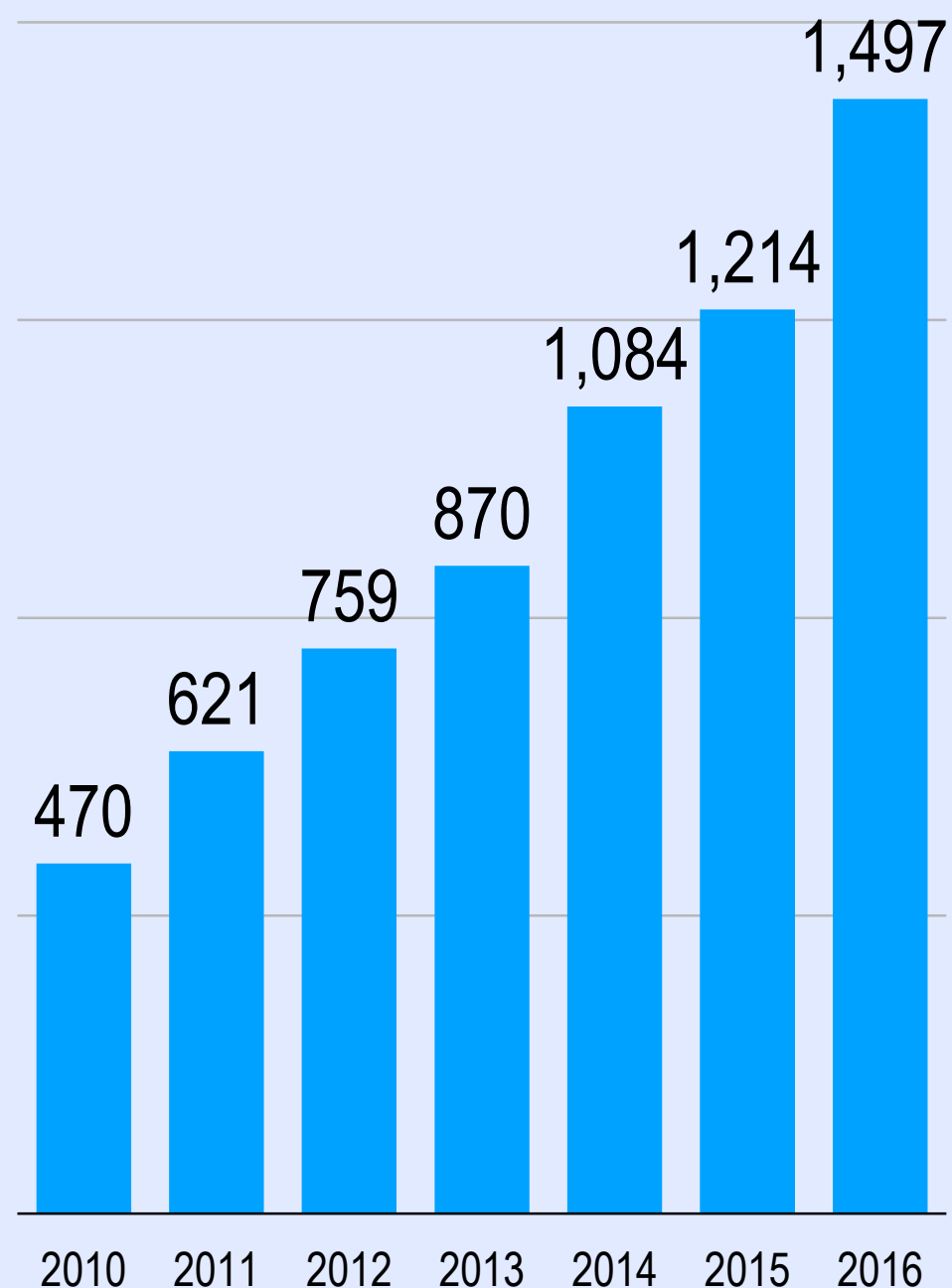


■ 中国マーケットの現状



■ マンガ・アニメの市場規模（中国）

中国アニメ・マンガ産業総価値の推移（億元）



中国における日本新作アニメの放送は、テレビからインターネットの動画サイトへプラットフォームが変化している。



出所：ジェトロ 2018年

■ 世界最大のマンガ・アニメマーケットー中国

中国におけるアニメは、子ども向けの娯楽として長年続いてきたが、現在は青少年向けの娯楽としてオタク要素も含んだ作品も増え一つのジャンルとして確立されてきた。

アニメの放送はテレビから動画サイト配信に移行し、配信ペースも上がり、商業的に扱える若者向けコンテンツとして存在感が増している。さらに、ビジネス的な成功を目指した企業からの投資も増え、良質な作品を作ろうという動きが活発になっている。各動画配信サイトが有料会員向けの先行配信、あるいは有料配信というサービスを打ち出すようになってきたことから、アニメ視聴の環境も大きく変わってきている。

中国アニメはオタク層に限らず一般向けに作られていることから、日本のアニメよりも常に大きい市場がある。これまでは日本のアニメが中国市場の中で、隙間に上手く入れたからに過ぎない。人口が13億9千万以上の中国では、隙間と言っても視聴者数が日本とは桁違いである。中国におけるアニメビジネスにおいて、世界最大の中国市場で新たな展開を繰り広げるチャンスがある。

■ 中国におけるマンガ・アニメコンテンツの特徴

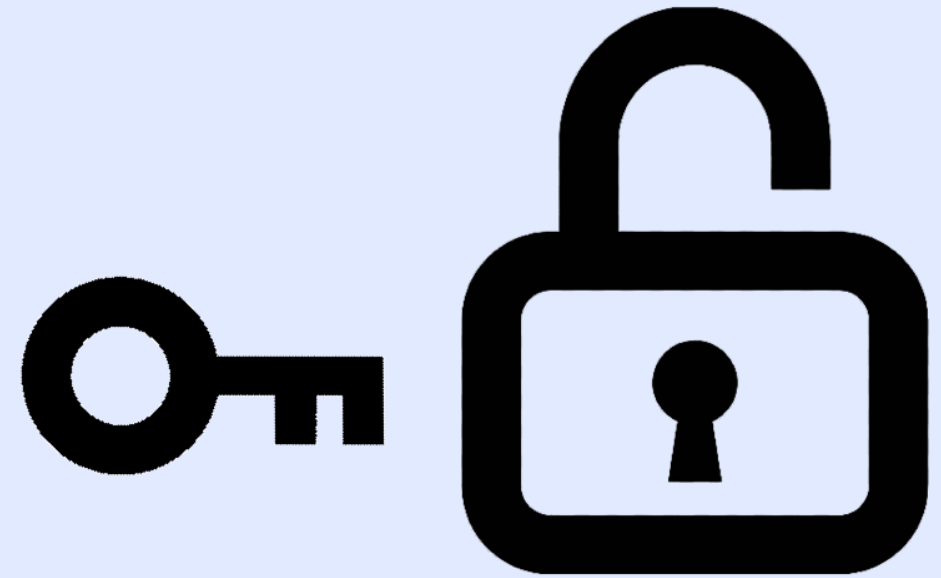
アニメは一般受けするドラマや実写化作品と比べてメインにはなり得ないが、定期的に一定数以上の新作が提供され、ファンが毎シーズン盛り上がるということで需要がある。中国では政治的、歴史的、宗教的といった敏感な問題があるため、それらの問題とは無関係な日本のアニメやマンガが人気を得て、一定の地位を持つことになった。

■ マンガ・アニメコンテンツの二次展開

現状では日本側は中国側にアニメの放映権を売るだけであるが、中国側が買ったアニメの放映権を更に活用して、次のビジネスに繋げていく。

日本では原作のマンガ、アニメ、ゲーム、グッズなどへの展開が一般的であるが、中国ではアニメの配信が終わってしまうと、急速に熱が冷えてしまい、ファンがあっさりと別の作品に移る傾向がある。

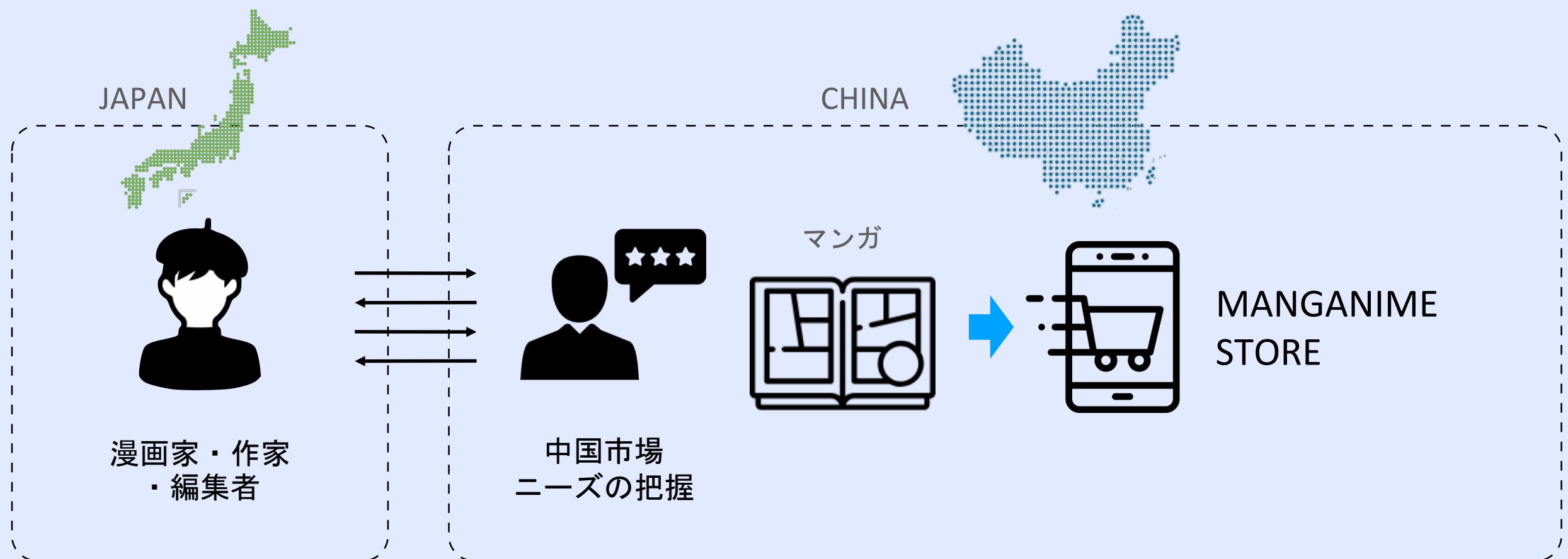
■ ソリューション



■ 中国で成功するために

従来は中国のネットプラットフォームに版權を販売したり、制作委員会に中国企業を入れたりして中国との関係性を構築してはいるものの、日本向けに作られたものを中国でも配信するという構造であった。

中国側の要望を加味した上でキャスティングして全体の企画を策定、日本の制作チームが制作を担当、共同で全体のディレクションをしながら、作品を独自のコンテンツストア、並びに有力な中国のプラットフォームで配信するという座組を考える。



■ 中国でのマーケティング

中国マーケット展開を希望する日本の企業向けに、マーケティングサービスを提供する。

1. 統合・調整されたリサーチ
2. 製品・価格
3. プロモーション
4. 流通
5. 顧客・環境関係などに係わる諸活動



■ マンガ・アニメのトータルコンテンツプロバイダー

1. マンガ・アニメ 統合プラットフォーム

既存の動画配信サービスでの展開と並行して、映像、ゲーム、グッズなど様々なオリジナルコンテンツを取り扱う、統合型プラットフォーム「MANGANIME STORE」、
「MANGANIME SOCIAL NETWORK」を立ち上げます。

2. マンガを超えたトータルプロデュース

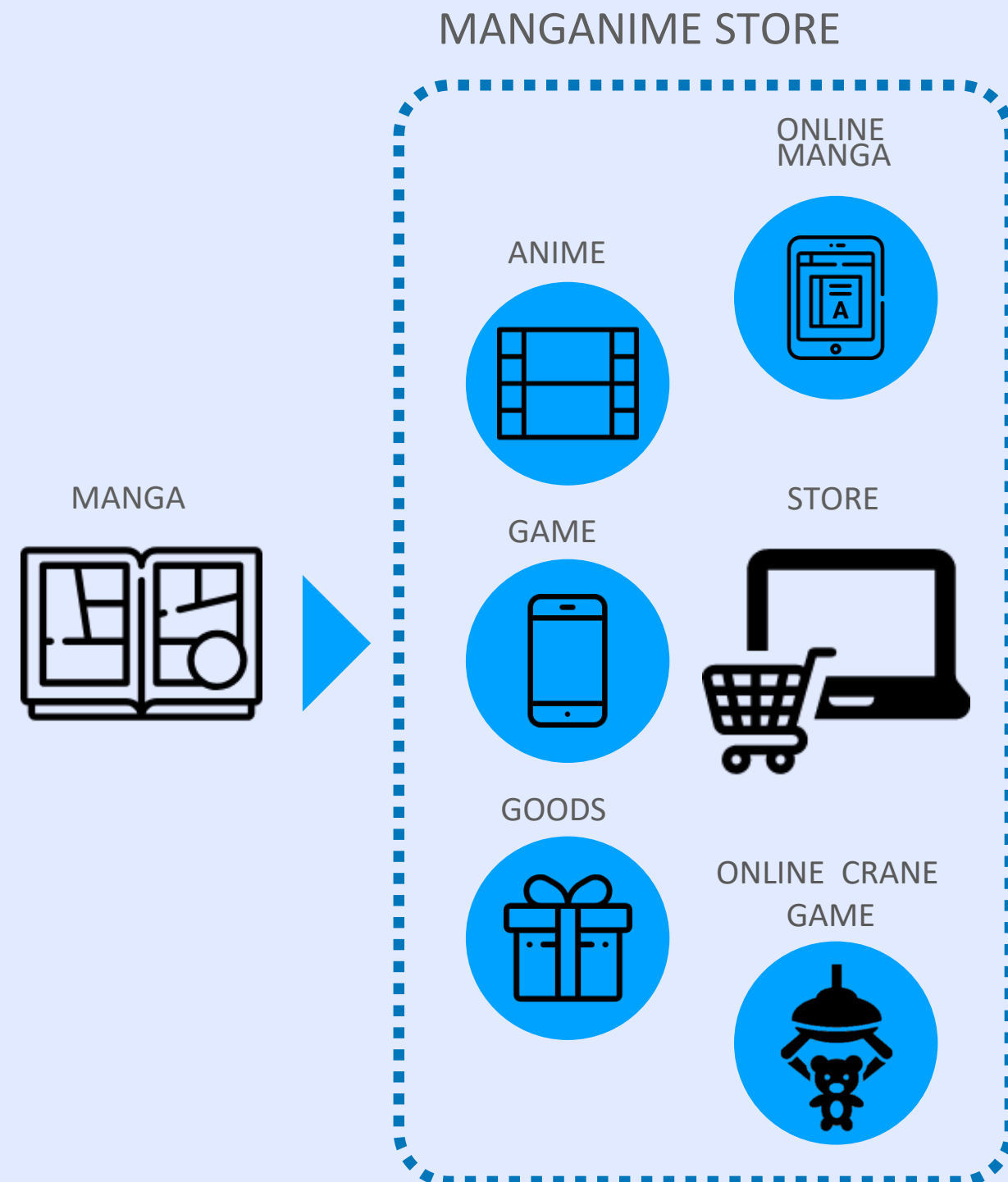
漫画家、編集者（編集部）と共同でマンガ化・アニメ化に取り組み、その先にあるゲーム化、グッズ化もトータルにプロデュースします。

3. オンラインクレーンゲームの運営

海外GOODS化権を取得し、ユーザーのニーズに合わせたオリジナルアニメGOODSを製作、他社にないオンリーワン商品展開を行います。

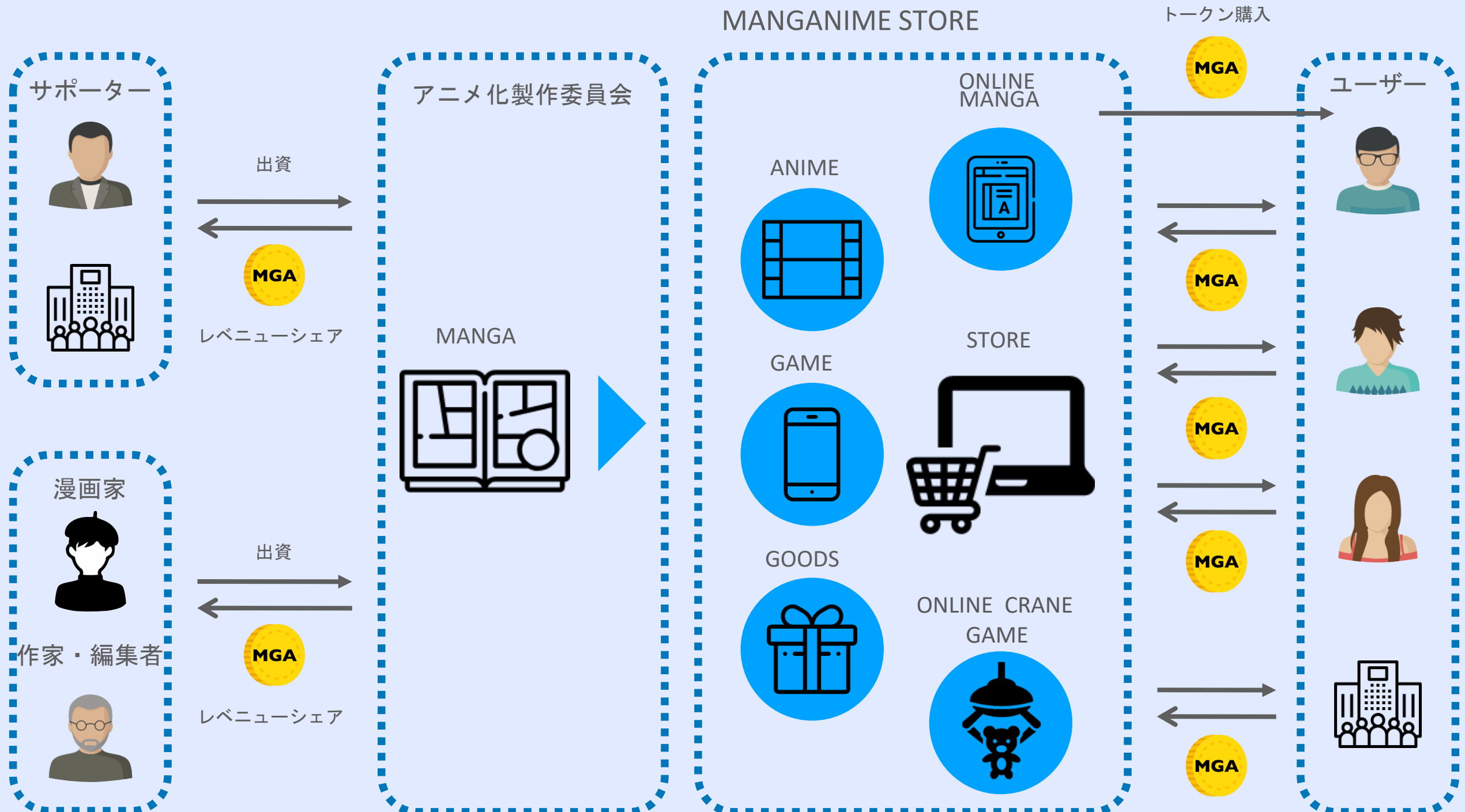
4. マンガのオンラインデジタル電子書籍化

マンガのデジタル化、さらに中国語翻訳を付加して、中国での展開を図ります。



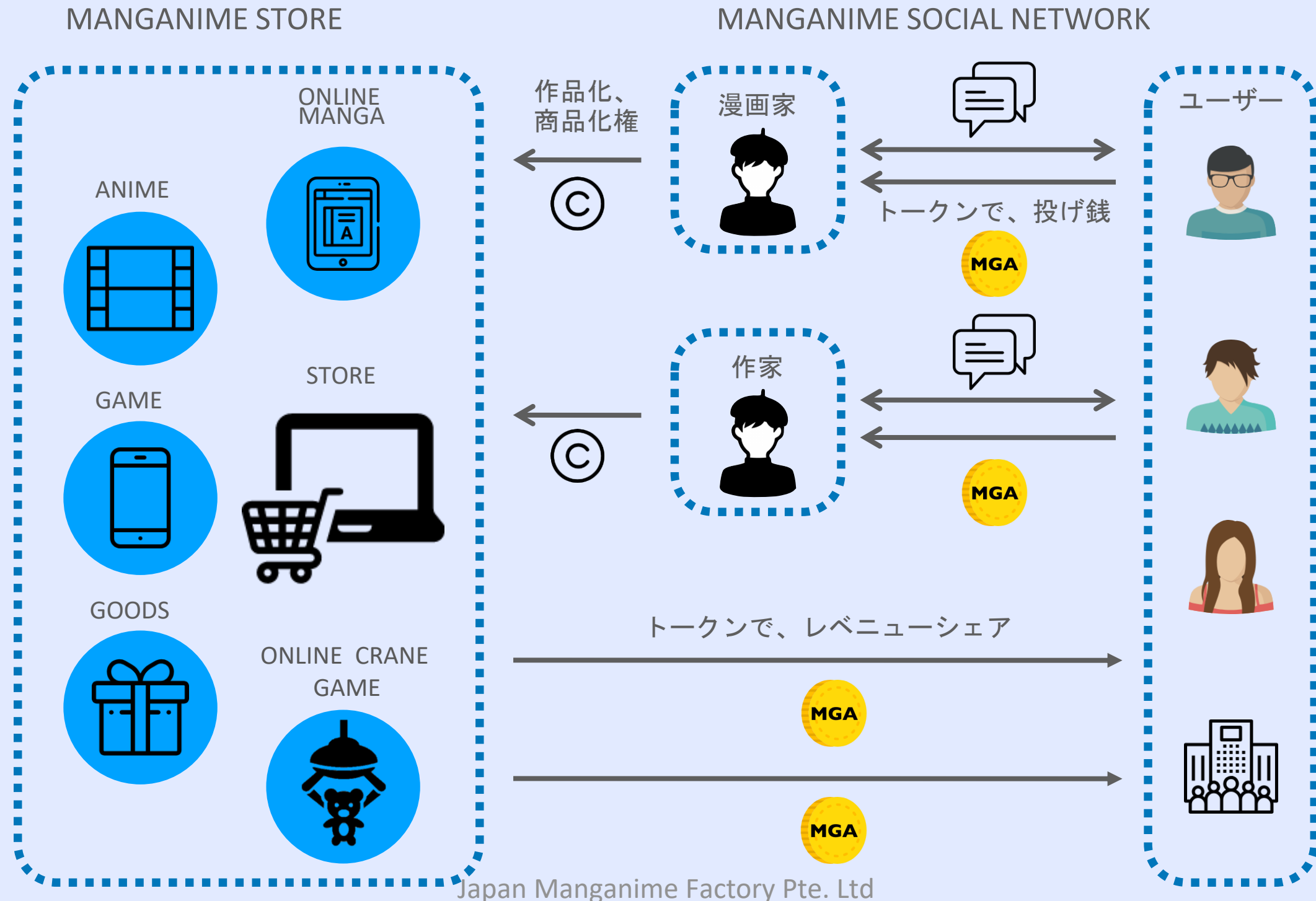
1-1. マンガ・アニメ統合プラットフォーム「MANGANIME STORE」

MANGANIME STOREはマンガを起点とした映像、ゲーム、グッズなど様々なオリジナルコンテンツを取り扱う、統合型プラットフォームです。
アニメ化にあたっては、サポーターから出資を募り、漫画家・作家・編集者と同様、作品に対する収益のレベニューシェアの権利を付与します。



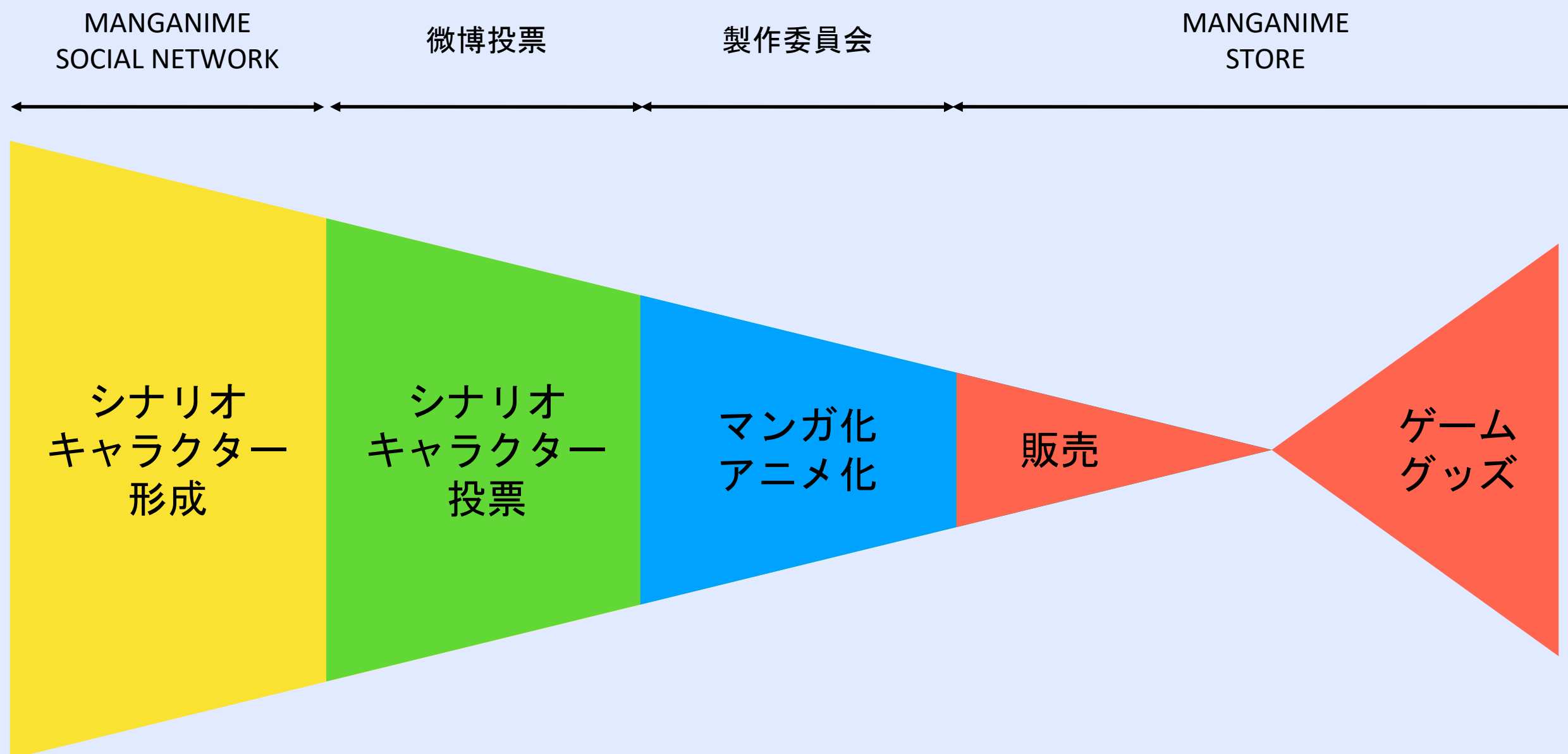
1-2. MANGANIME SOCIAL NETWORK

MANGANIME SOCIAL NETWORKは漫画家・作家とユーザーをトークンでつなぐSNS型のプラットフォームです。ユーザーとのコミュニケーションについて承認が得られる漫画家・作家に対して、ユーザーは意見や希望を送ることができます。漫画家・作家ごとに与えられた「ルーム」と呼ばれるネット上での会議室では、作品化の依頼やストーリー展開のアイデアなどを投稿することができます。トークンによる「投げ銭」や、当該作品のMANGANIME STOREでの収益のレベニューシェアをトークンで得ることもできます。



2-1. マンガを超えたトータルプロデュース

ユーザーをシナリオ・キャラクター形成段階から巻き込み、投票で勝ち残った作品を日本マンガのクオリティでマンガ化・アニメ化します。その作品を独自プラットフォームで販売し、作品の世界観を生かしたゲーム・グッズもトータルでプロデュースしていく。



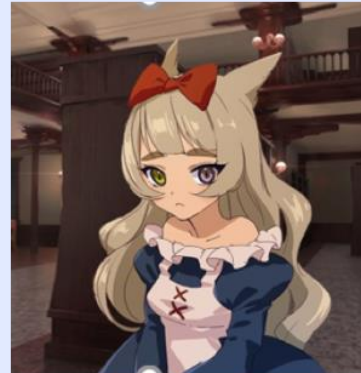
2-2. マンガを超えたトータルプロデュース

これまでマンガで終わっていた作品を、アニメ、ゲーム、グッズへと展開します。ブロックチェーンを活用し、権利所有者のそれぞれの権利をスマートコントラクトで管理します。ユーザーは、トークンを使用し、アニメ作品視聴、ゲームプレイ、グッズ購入を行います。



MANGA

ANIME



GAME



GOODS

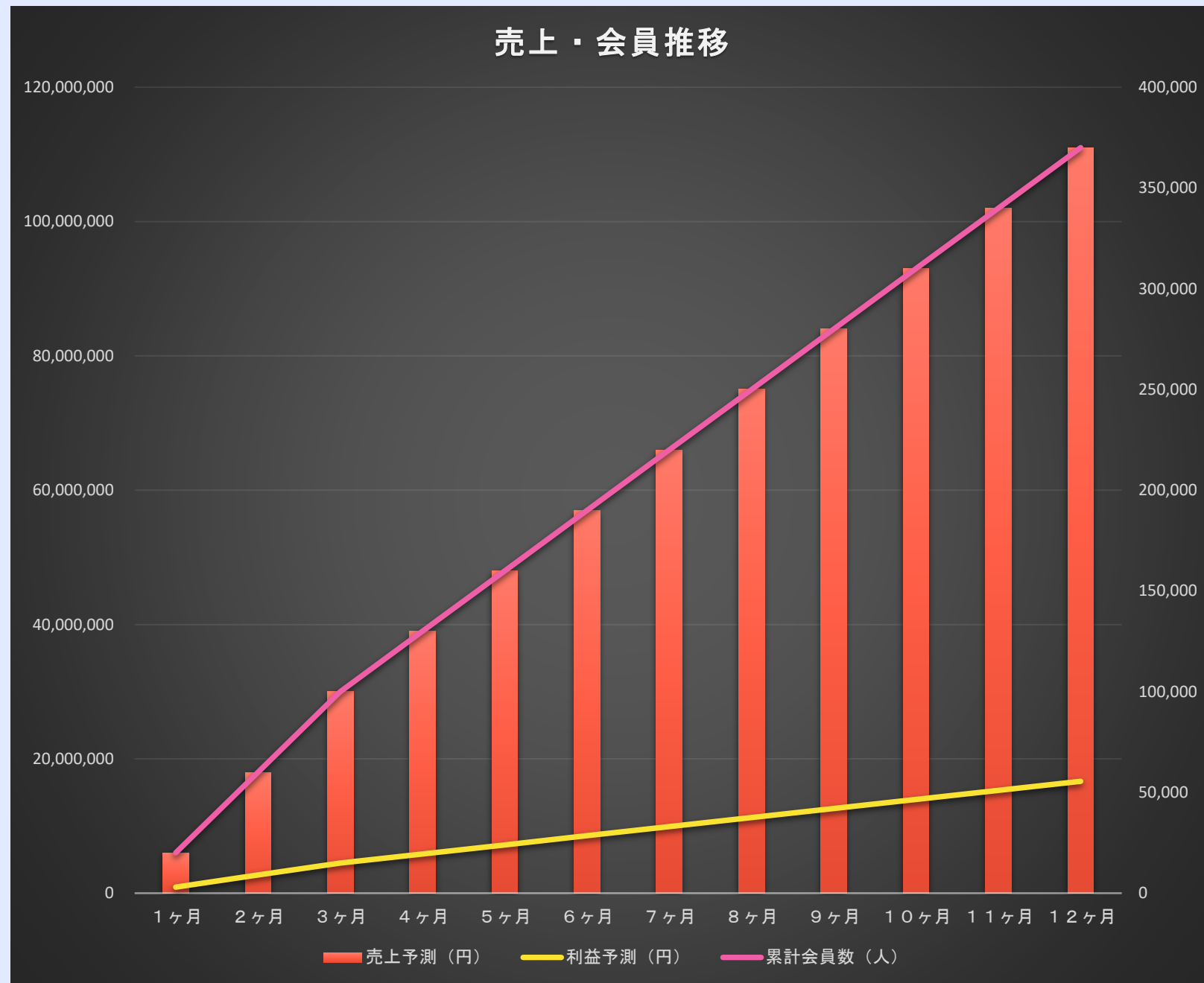


3. オリジナルGOODSによるオンラインクレーンゲーム展開



- ①いつでもどこでも本物のクレーンゲームをスマホやパソコンから遠隔操作でリアルに楽しめるオンラインクレーンゲーム。
- ②獲得した商品は週に一度の発送で、自宅までの送料が無料。
- ③独自のオリジナルアニメGOODS制作による他店舗との差別化を図り、オンリーワンの自社展開を実施。
- ④MANGANIMEトークン（MGA）の使用によるトークンの消費を図る。
- ⑤微博投票により導入商品を募り、中国のユーザーへ宣伝を積極的に行い新規会員を獲得する。

3. オンラインクレーンゲームの会員獲得推移



上記は既存運営店舗データをベースに算出しており、微博アンケートなどで中国市場へ宣伝が出来る事を考慮すると更なる好転が見込める。

4. マンガのオンラインデジタル電子書籍化

日本のマンガをデジタル化し、中国語に翻訳して、独自プラットフォームのみならず、中国のプラットフォームでも配信します。

有妖気漫画



有妖気（ゆーやおちー）は、中国の大手オリジナルWeb漫画サイト。中国漫画市場の60%以上のシェアを持ち、8000作品の版權を所有、登録ユーザーは600万人、月あたりの利用者数は2000万から3000万。

■ ロードマップ



■ ICO ロードマップ

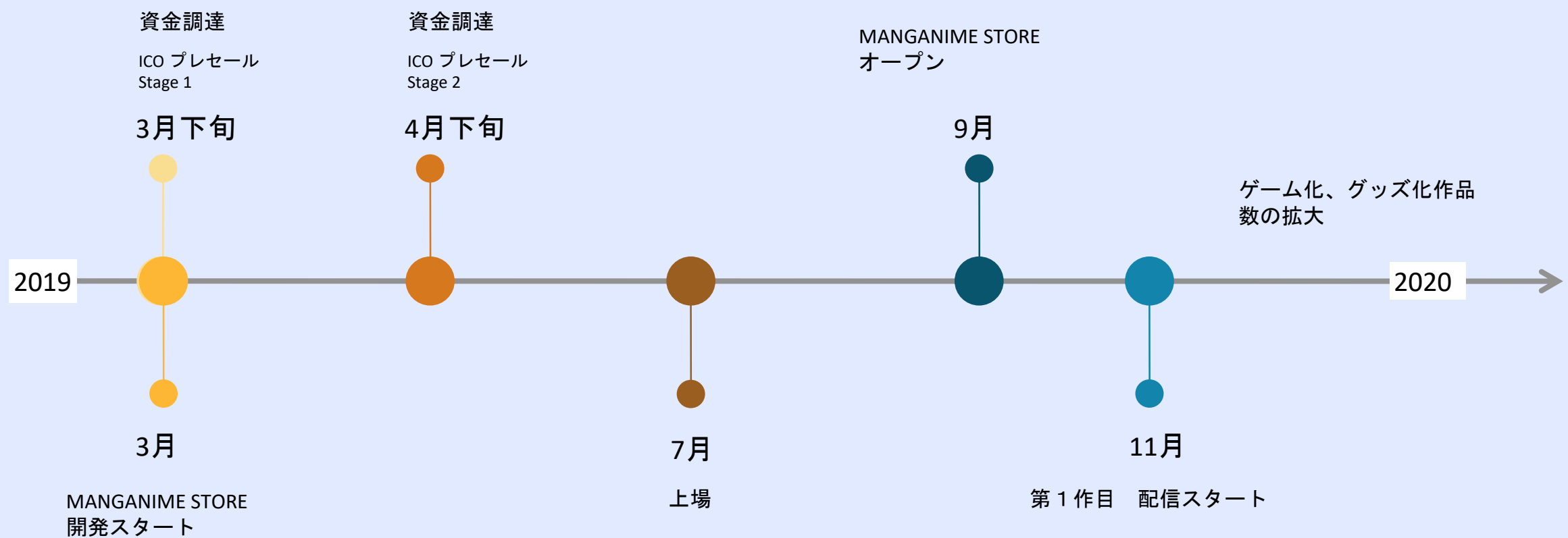
トークンについて

トークン名称	MGA
市場価値	1 MGA = 0.00001 BTC
発行数量	1,000,000,000 MGA
市場販売数量	40%
販売されなかったトークン	バーンアウト

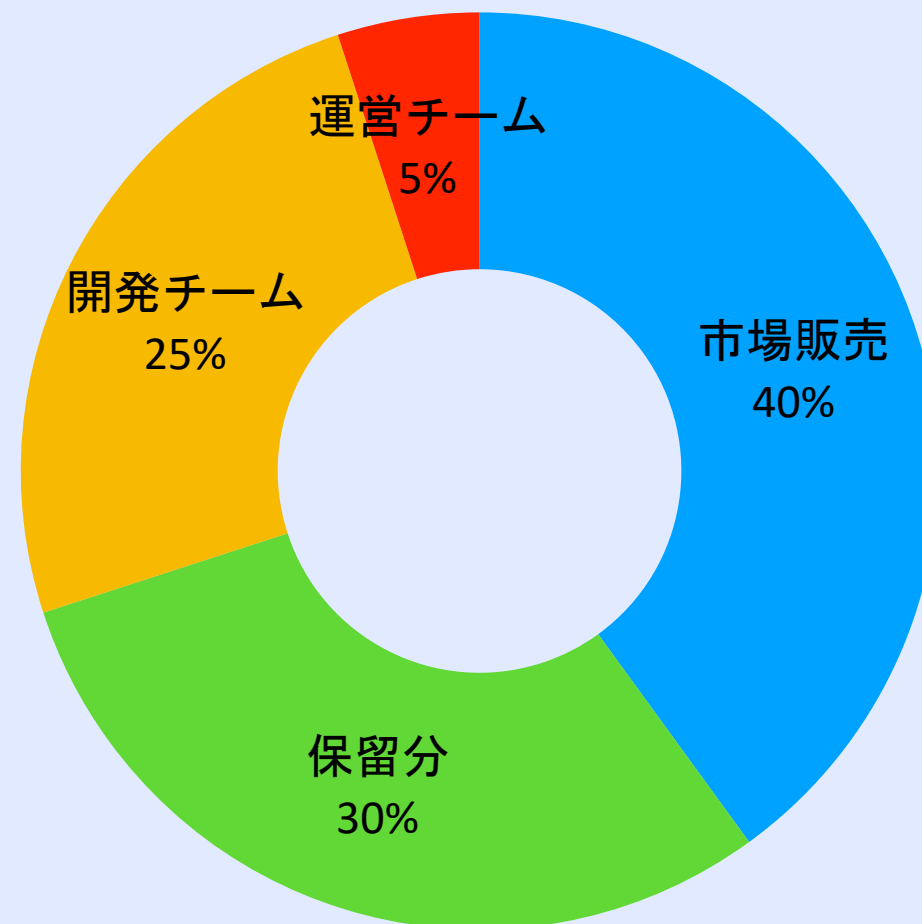
ファミリーセールとICOプレセール

	ファミリーセール		Stage1	Stage2
条件	10,000 MGA 以上の保有者	ICO スケジュール	2019/3/20 - 4/19	2019/4/20 - 5/19
ボーナス	+ 10%	ボーナス	ホームページ上で告知	←

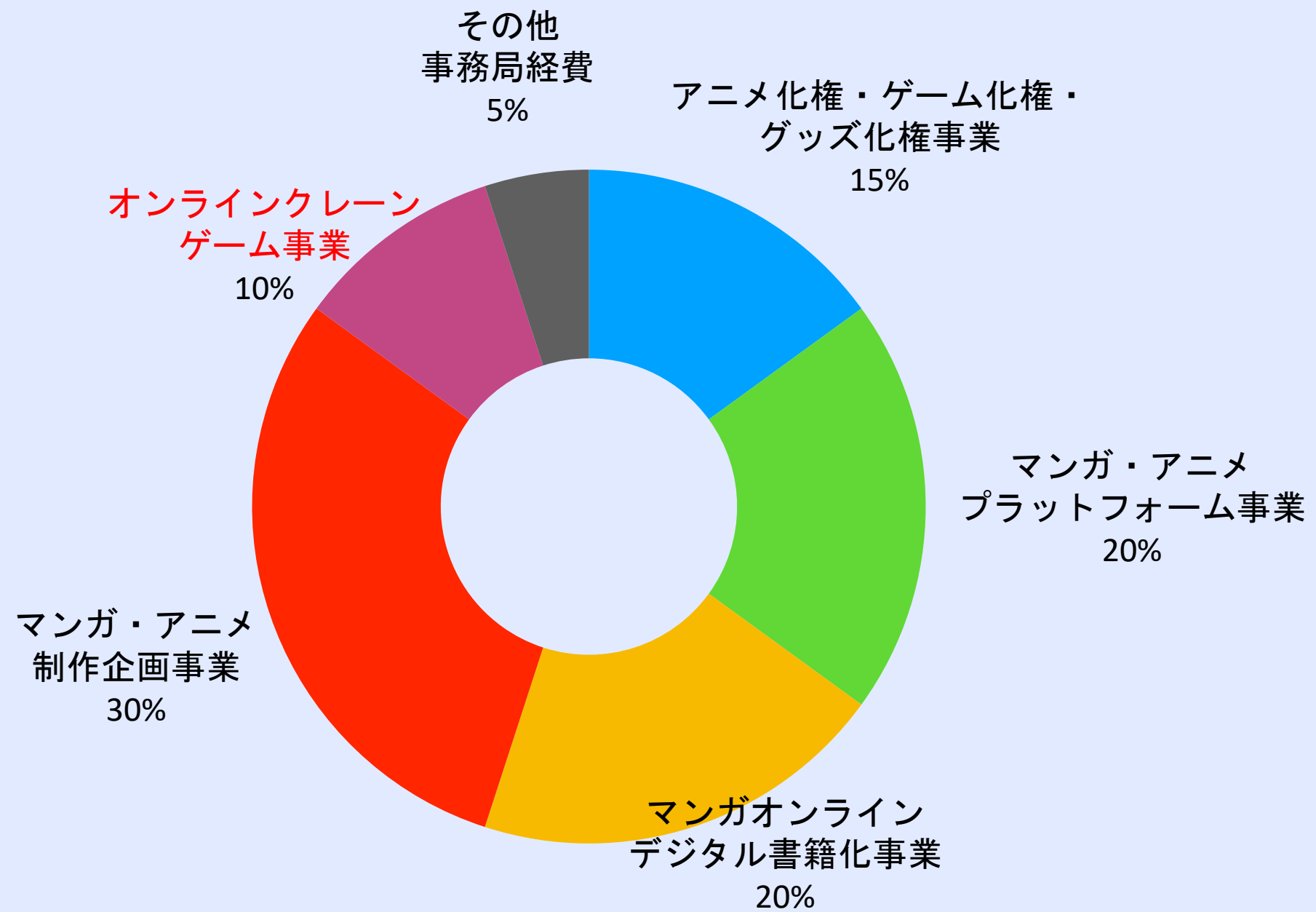
■ プロジェクトロードマップ



■ トークンアロケーション



■ プロシードアロケーション



■ チーム紹介



■ チーム紹介 ①



Emi NAKASUJI
President

大手ゲームメーカーKONAMIで様々なアシスタントを束ね、指示するManagerとして勤務。
数々のヒット作の販売に携わるが、個人でやれることを広げて行くために独立。
現在は輸入製造販売・アミューズメント運営を行う会社を経営。また広く知られるオンラインクレーン運営会社にも関り、世界対応の展開をおこなっている。。



Setsuko NAOE
Director

女子美術短期大学デザイン科卒業後、株式会社集英社入社。集英社退社後、フリーランサーとして多くのファッション誌、コミック誌の編集・デザインに携わる。
94年ユニバーサルスタジオ・コンシューマ・プロダクツ・ジャパンのライセンス部長として活躍し、02年マーベル・エンターテインメント・ジャパン代表取締役までの実績を持つ。
現在は過去の人脈や実績を活かし、海外と日本を繋ぐNSインターナショナル株式会社の代表取締役として活躍している。



Tsuguo TAKAHASHI
Adviser

三菱商事入社後、1993年に独立。
2000年NASDAQ JAPAN市場（現ヘラクレス）にて上場後、MTI社に参画。
音楽配信サイトmusic.jpを立ち上げ、NASDAQから東証1部市場に至る牽引者を務める。
配信事業の最大手とも言えるサイトをナンバーワンに引き上げた人物。

■ チーム紹介 ②



Shigekazu Sakurai
Adviser

大阪芸術大学卒業後、GUI、映画、プロモーション等デザイン、ディレクションを行う。
数社の会社代表を経て、現在「超十代」の経営陣として手腕を発揮する。
ボイスバーン代表取締役であり、複数のベンチャー企業役員も務める。



Jason Lam
Adviser

経営戦略、顧客管理、ビジネス開発、投資などあらゆる分野の様々な経験を持ち、シンガポールを
拠点に経営コンサルティング会社としてPrincipal Strategic社を設立。
現在は、Principal Strategic社で様々なブロックチェーンネットワークに数多く携わり、ブロックチェ
ーンネットワークの戦略アドバイザーも兼任している。



Hong Qi Yu
Adviser

トークナイズ創業者であり、ビットコイン：仮想通貨の上昇を目の当たりにし、仮想通貨のベスト
な部分を同化/融合させ、テクニカルチーム率いて健全で安全且つフレンドリーに利用できる場を開
発している。また、サイバーセキュリティ、システム、ソリューションエンジニアリングで4年間の
専門IT経験を持つ。
現在は自身の会社と更に4年に渡るFOREX、株式、およびデジタル通貨、及び金融分散投資等の取引
及び管理経験を持ち、BambuのFinTech Series Aシリーズを全てひとりで開発を成し遂げた、業界のパ
イオニアでもあります。