

블록 체인 기술과 투표시스템으로
세계의 일본만화 유통모델을 변혁한다

MANGA ANIME TOKEN

WHITE PAPER Ver 8.3

■ 프로젝트의 목표

일본의 다양한 오리지널 만화 콘텐츠, 작가를 첫 번째 공략시장인 중국시장에서 웨이보 등을 통해 정보를 확산시키며 '시나리오(네임 + 캐릭터 등)'단계에서 인기투표를 실시한다.

작품에 대한 제작투자를 하기 전에 팔로워 수 등으로 인기를 측정해 상위에 뽑힌 작품을 만화 및 애니메이션으로 제작함으로써 중국 취향의 일본인 인기 작가 · 만화를 효율적으로 창출하고 그 이후의 애니메이션 · 게임 · 관련상품의 성공확률을 높여 중국 시장에서 일본만화의 새로운 유통모델을 구축한다.

그리고 중국에서 아시아로, 아시아에서 세계진출을 지향한다.



■ 프로젝트 요점

블록체인기술과 투표시스템으로 세계시장에서 일본만화의 유통모델을 변혁한다

첫번째 시장으로 중국을 설정

만가니메(만화와 애니메이션의 합성어)
토큰을 구입한 중국인 '일본만화팬'의
사전 투표로 많은 표를 얻은 시나리오 ·
캐릭터를 만화화 · 애니메이션화.



만화 · 애니메이션 · 게임 · 관련상품
통합 콘텐츠 플랫폼(독자적인)으로 배급
· 판매 · 유통



MANGANIME
STORE

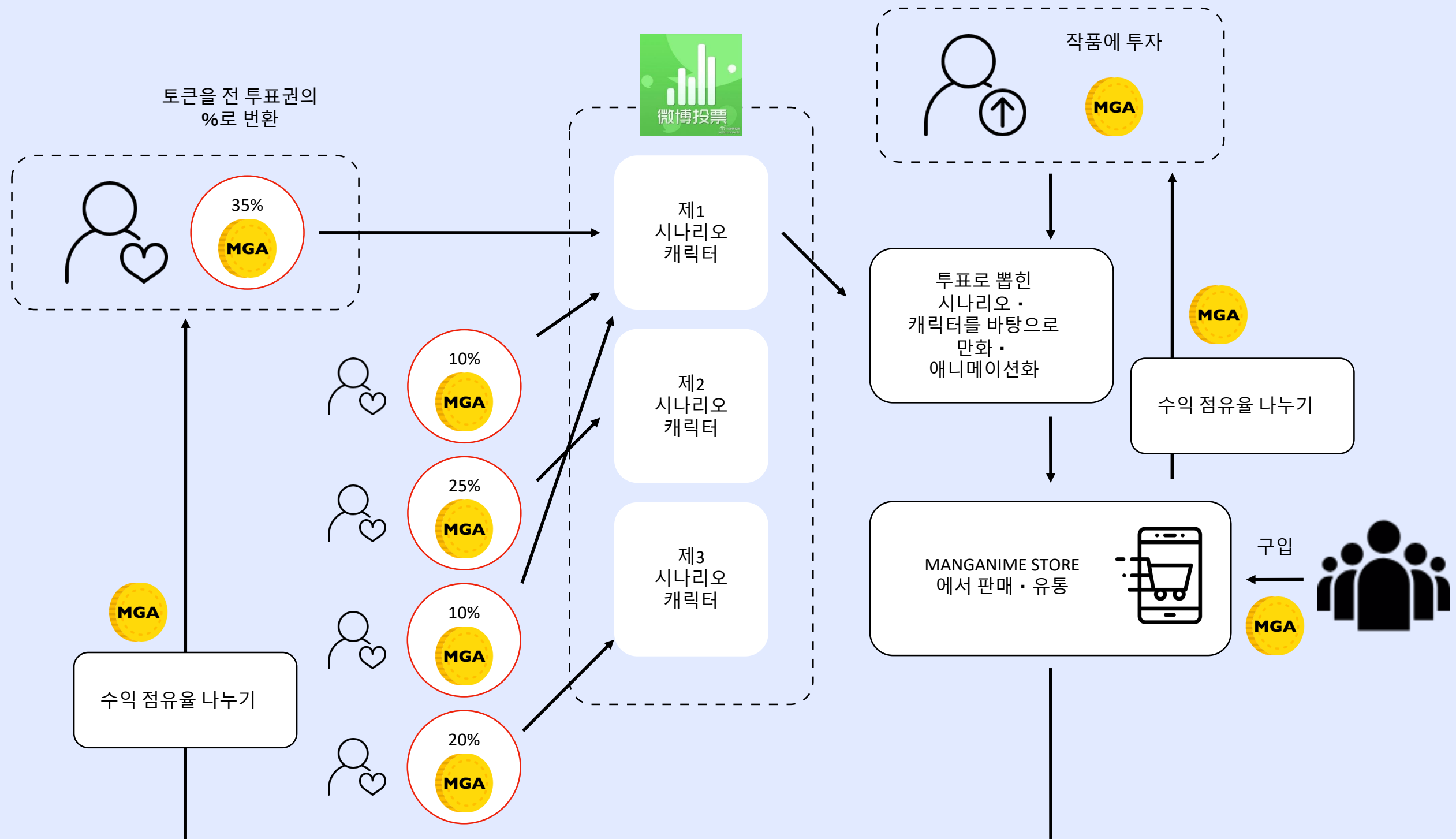
■ MANGANIME 토큰 (MGA)

MANGANIME토큰 사용자 특전



1. MANGANIME STORE 내 상품 · 서비스를 할인된 가격으로 구입할 수 있다.
2. 만화가, 작가에게 투표(후원금)권으로 사용할 수 있다.
3. 토큰 수에 따라 투표수를 획득할 수 있다.
4. 콘텐츠 제작 투자 때 할인가격으로 투자할 수 있다.
5. 콘텐츠화된 작품의 수익점유율의 비율에 따라 수익을 가져갈 수 있다.

■ 일본만화의 해외 유통시스템에 대한 변혁

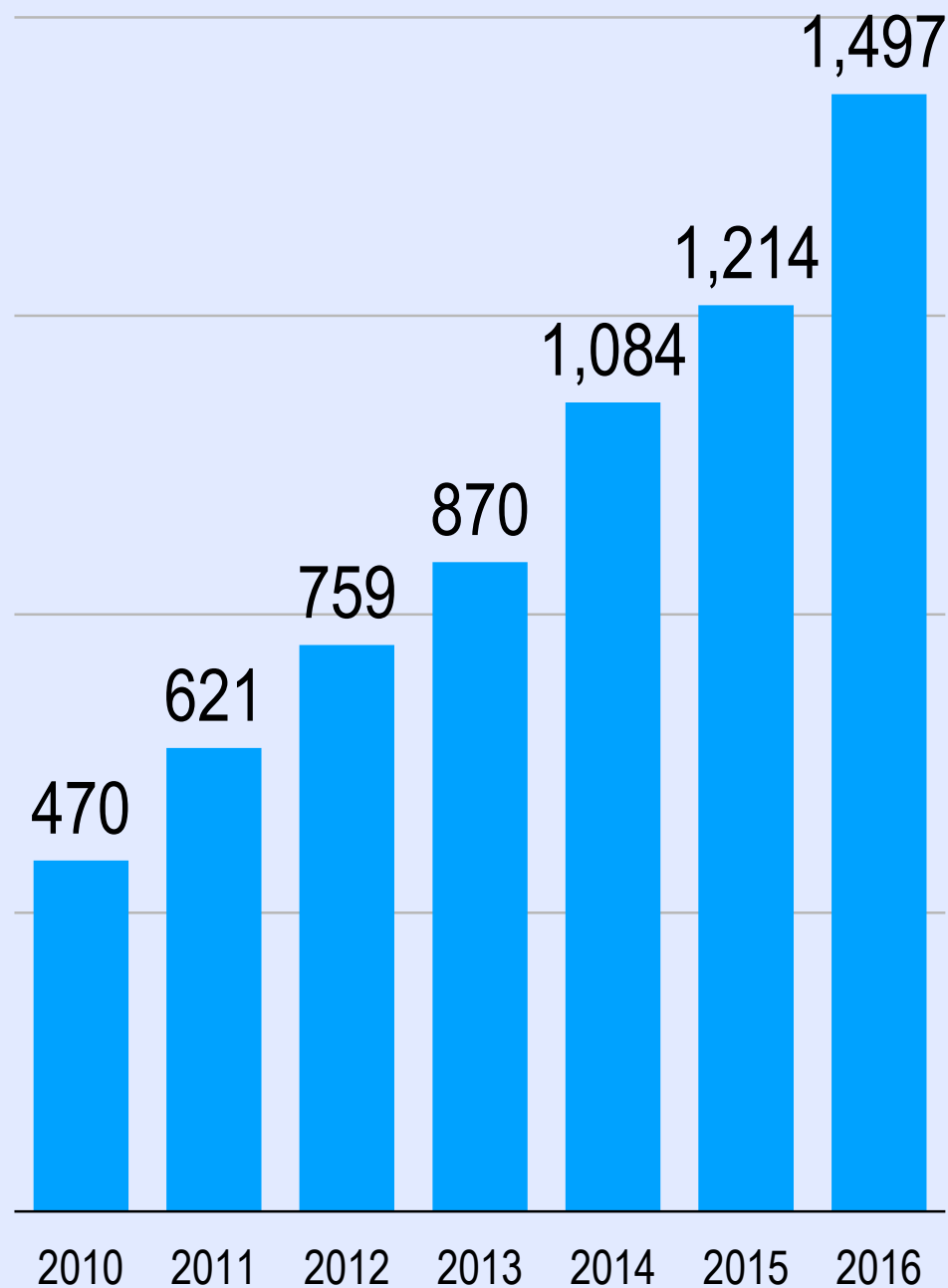


■ 중국시장의 현황



■ 만화 · 애니메이션의 시장규모 (중국)

중국 애니메이션 산업 총 가치의 추이 (억위안)



중국에서 일본 신작 애니메이션 플랫폼은 기존의 TV에서 인터넷 동영상 사이트로 바뀌어 가고 있다.



출처 : 일본무역진흥협회 2018년

■ 세계 최대의 만화 · 애니메이션 시장-중국

중국에서 애니메이션은 어린이용 프로그램으로 오랫동안 지속되어 왔으나, 현재는 청소년용 오락으로써 매니아적 요소를 포함한 작품도 늘어나며 하나의 장르로 확립되어 가고 있다.

애니메이션 방송은 TV에서 동영상 사이트를 통한 보급과 시청으로 이행하고 있으며, 그 속도도 매우 빨라졌으며, 그것을 상업적으로 이용할 줄 아는 젊은 층을 위한 콘텐츠로써 그 존재 가치가 상승하고 있다. 또한 비즈니스적 성공을 지하는 기업의 투자가 늘고 양질의 작품을 만들자는 움직임이 활발해지고 있다. 각 동영상 사이트가 유료회원을 위한 선행, 또는 유료 서비스를 시작하게 된 후부터는 애니메이션 시청 환경도 크게 변해가고 있다.

중국 애니메이션이 매니아용 작품 뿐 아니라 일반인을 위한 작품까지 만들어지고 있기 때문에 일본 애니메이션 시장보다 중국의 규모가 훨씬 크다. 지금까지 일본 애니메이션은 중국시장의 틈새 시장에 진입한 것에 지나지 않는다. 인구가 13억 9천만 명 이상인 중국에서 틈새라고 해도 시청자수는 일본과 비교가 안될 정도로 많다. 중국에서 펼쳐는 애니메이션 비즈니스는 세계 최대인 중국 시장에서 새롭게 전개 가능한 찬스가 될 것이다.

■ 중국의 만화 · 애니메이션 콘텐츠의 특징

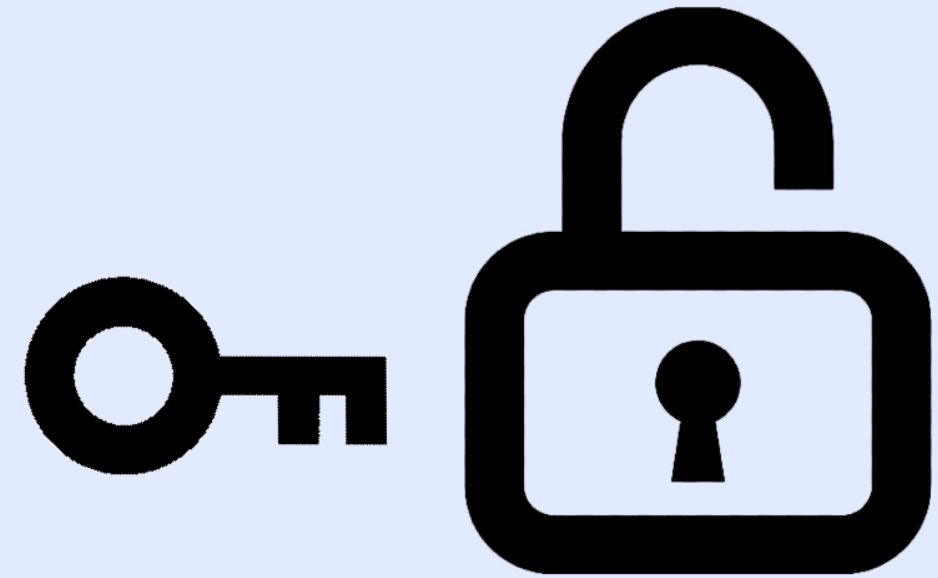
애니메이션은 대중들이 선호하는 드라마나 실사 작품에 비교하면 주류가 될 수는 없으나 정기적으로 일정 수 이상의 신작이 제공되고, 팬들은 각 시즌을 기대하며 작품에 대한 충성도가 높기 때문에 그 수요가 존재한다. 중국은 정치적, 역사적, 종교적으로 민감한 문제가 있는데, 그러한 문제들과 상관 없는 일본의 애니메이션과 만화가 인기를 얻었고 어느 정도 지위를 확보하게 되었다.

■ 만화 · 애니메이션 콘텐츠의 2차 전개

현재 일본측은 중국측에 애니메이션의 판권을 판매할 뿐인데, 중국측이 산 애니메이션의 방영권을 더욱 활용하여 다음 비즈니스로 연결한다.

일본에서는 원작의 만화, 애니메이션, 게임, 관련상품 등으로 2차 상품 전개가 일반적이지만 중국에서는 애니메이션이 종영되면 열기가 빨리 식어 버리기 때문에 팬들이 새로운 작품으로 미련 없이 옮겨가는 경향이 있다.

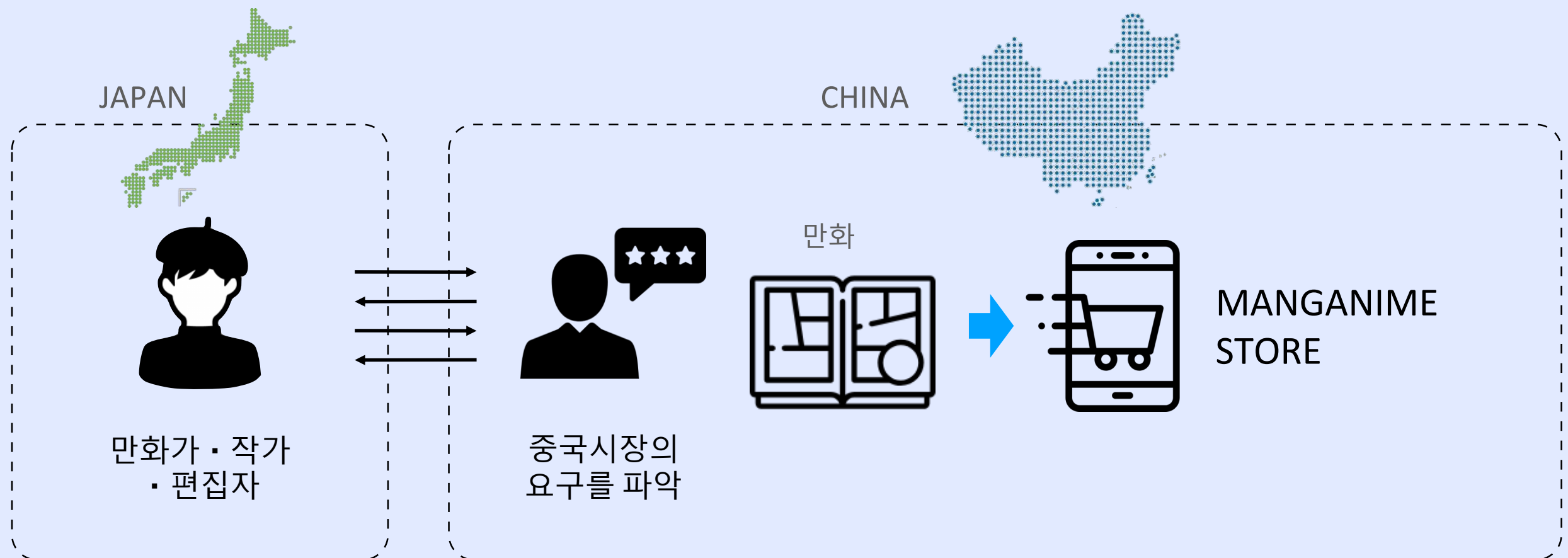
■ 솔루션



■ 중국에서 성공하기 위하여

지금까지는 중국의 인터넷 플랫폼에 판권을 판매하거나 제작위원회에 중국 기업체를 참여시키는 방법 등으로 관계성을 구축하면서 일본용으로 만들어진 작품을 중국에 서비스하는 구조였다.

중국측의 요구를 가미한 캐스팅을 하며 전체적인 기획을 책정해 일본 제작팀이 제작을 담당, 양국이 전체적인 디렉팅을 함께하면서 작품을 독자적인 콘텐츠 스토어 및 유력한 중국의 플랫폼에서 배급하는 식의 동업을 고려한다.



■ 중국에서의 마케팅

중국 시장에서 사업 전개를 희망하는 일본의 기업체용으로 마케팅 서비스를 제공한다.

1. 통합·조정된 리서치
2. 제품·가격
3. 프로모션
4. 유통
5. 고객·환경 관계 등에 관계되는 여러 활동



■ 만화 · 애니메이션의 토탈 콘텐츠 프로바이더

1. 만화 · 애니메이션 통합 플랫폼

기존의 동영상 배급 서비스 전개와 병행하여 동영상, 게임, 관련상품 등 다양한 오리지널 콘텐츠를 취급하는 통합 플랫폼 「MANGANIME STORE」, 「MANGANIME SOCIAL NETWORK」을 만들겠습니다.

2. 만화를 뛰어넘는 토탈 프로듀스

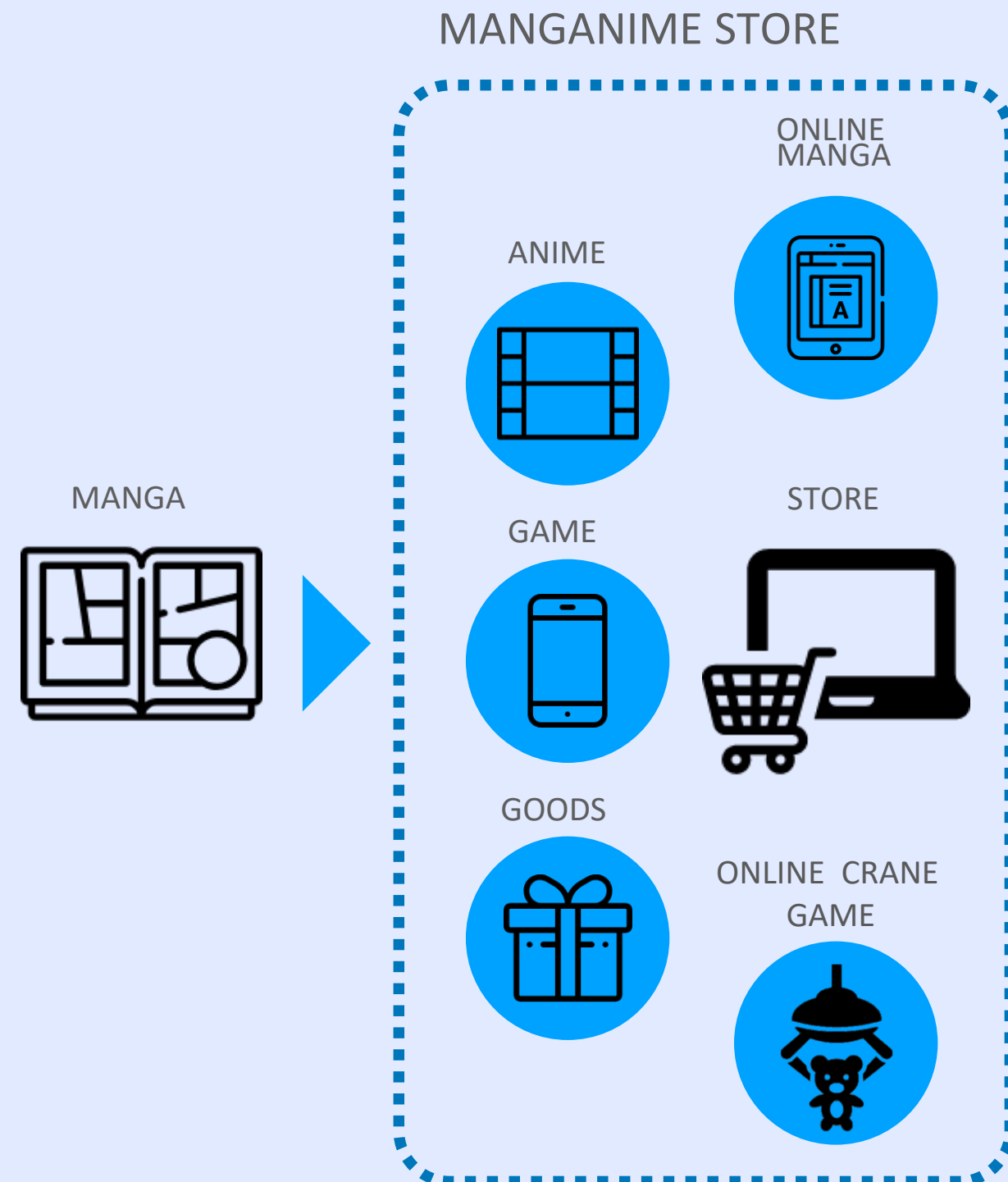
만화가, 편집자(편집부)와 공동으로 만화화 · 애니메이션화에 맞춰 그 후에 이어질 게임화, 관련상품화도 총합적으로 프로듀스합니다.

3. 온라인 인형뽑기 게임의 운영

해외 GOODS화권을 취득하여 유저의 요구에 맞춰서 오리지널 애니메이션 GOODS를 제작하여 타사에 없는 온리 원 상품전해를 하겠습니다.

4. 만화의 온라인 디지털 서적화

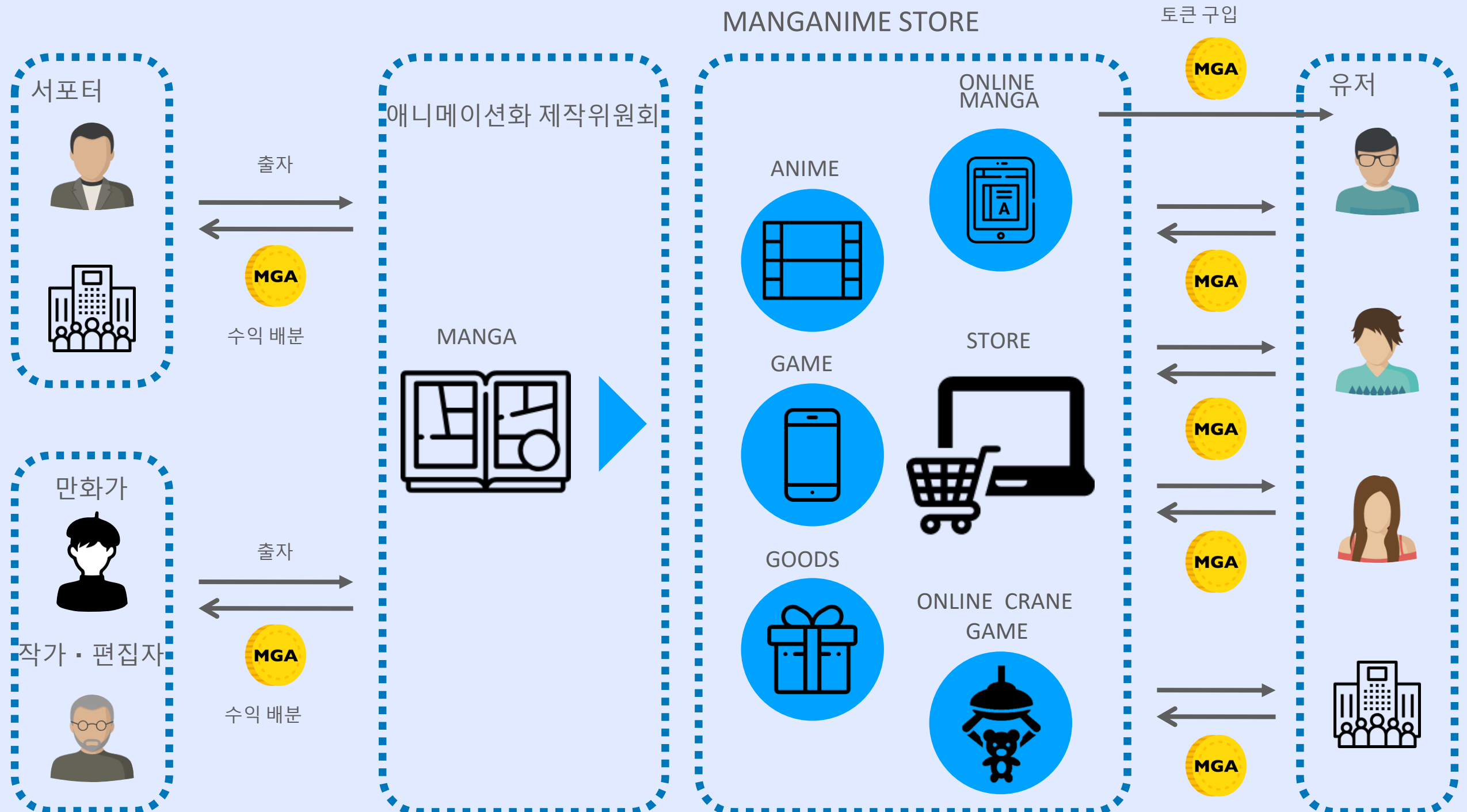
만화의 디지털화하고 중국어 번역을 붙여 중국에서의 전개와 확산을 꾀합니다.



1-1. 만화 · 애니메이션 통합 플랫폼 「MANGANIME STORE」

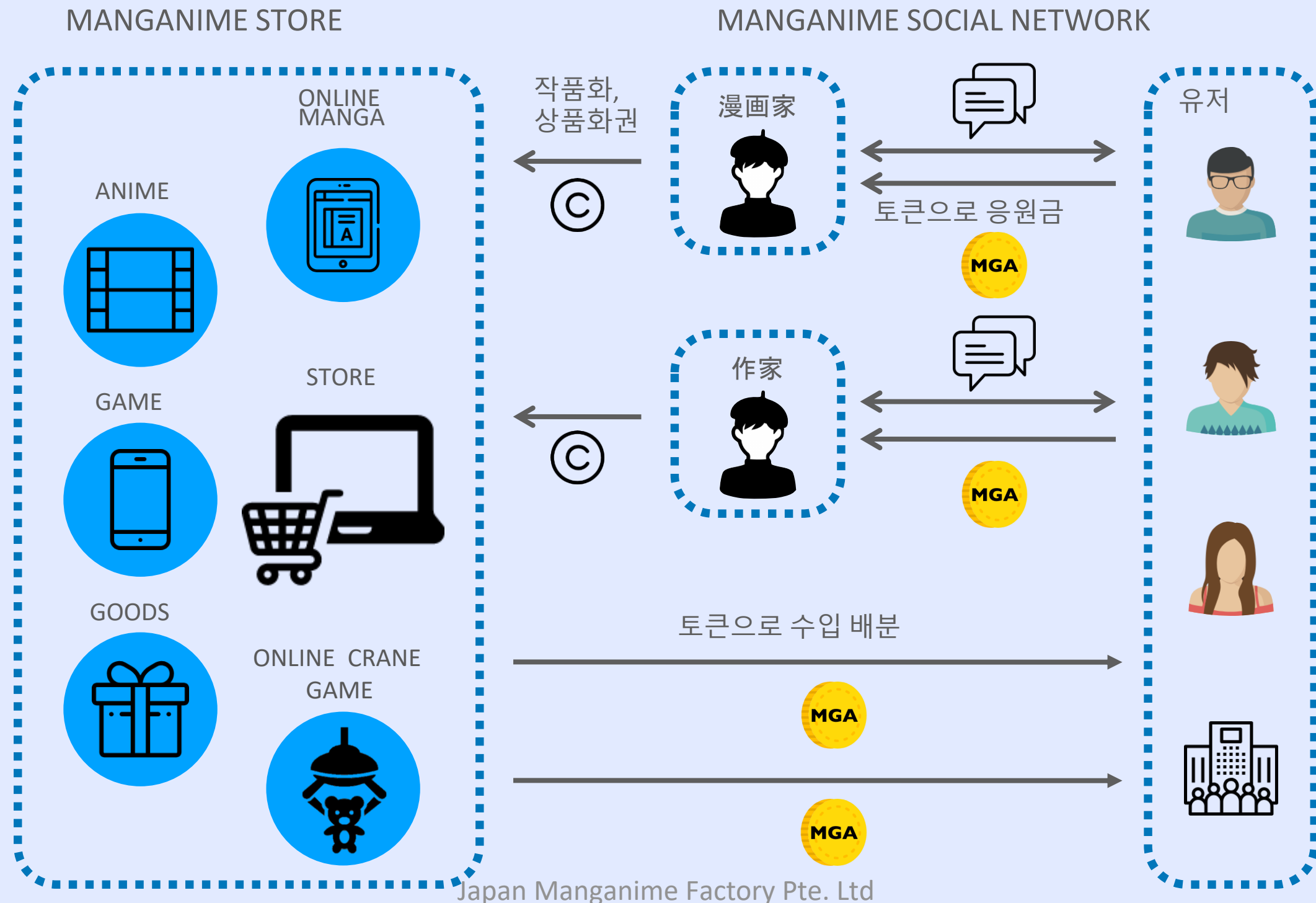
MANGANIME STORE는 만화를 기점으로 영상, 게임, 관련상품 등 다양한 오리지널 콘텐츠를 취급하는 통합형 플랫폼입니다.

애니메이션으로 제작할 때는 서포터들에게 출자를 모으고 만화가 · 작가 · 편집자와 마찬가지로 작품에 대한 수익 분배의 권리를 부여합니다.



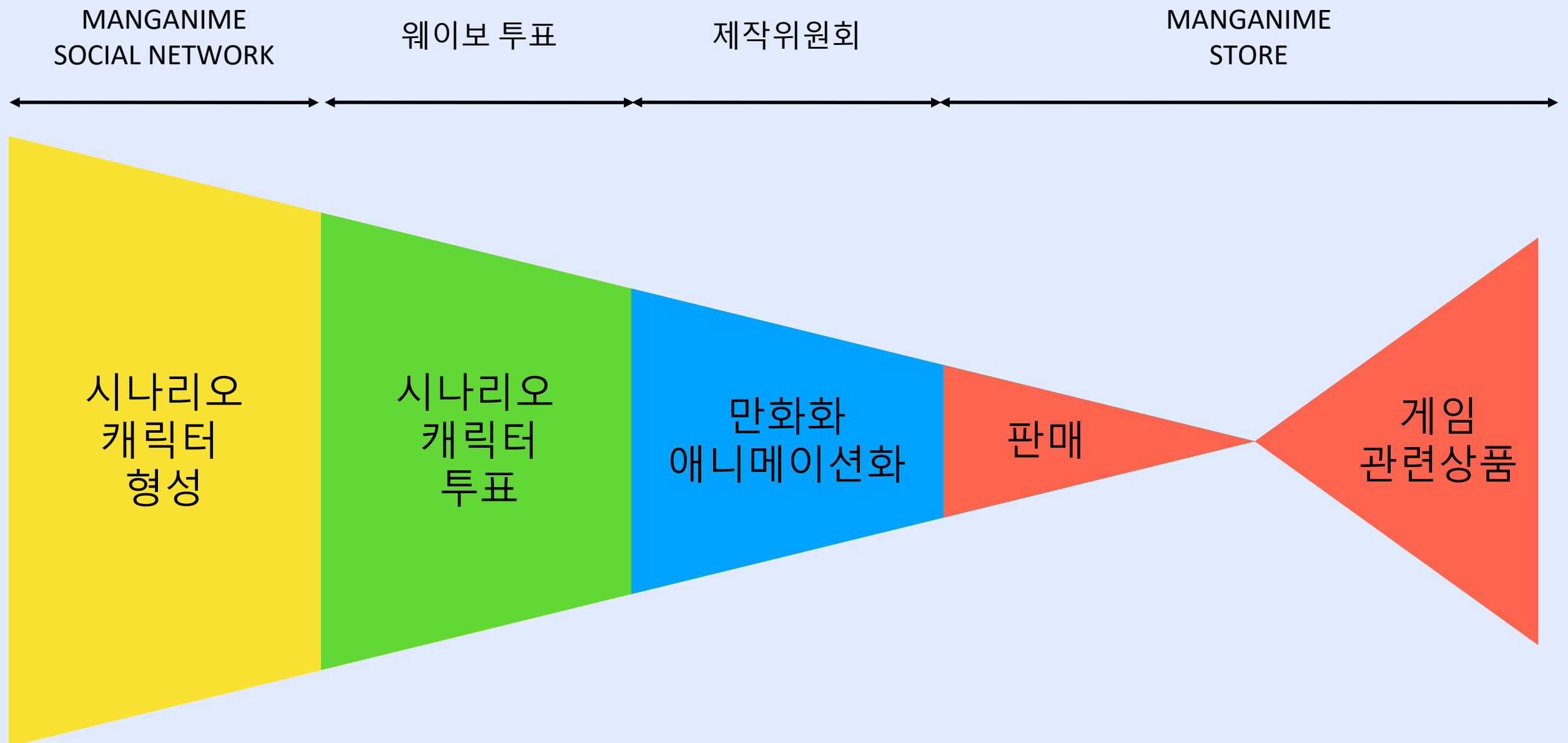
1-2. MANGANIME SOCIAL NETWORK

MANGANIME SOCIAL NETWORK는 만화가・작가와 유저를 토큰으로 잇는 SNS형 플랫폼입니다.
유저와 커뮤니케이션할 수 있도록 승인받은 만화가・작가에게 유저들은 의견이나 희망 사항을 보낼 수 있습니다.
만화가・작가에게 주어진 ‘룸’라고 불리는 웹상 회의실에서는 작품화 의뢰나 스토리 전개의 아이디어 등을 투고할 수 있습니다.
토큰으로 ‘응원금’을 보낼 수 있고, 해당 작품의 MANGANIME STORE에서의 수익 배분을 토큰으로 받을 수도 있습니다.



2-1. 만화를 초월한 토탈 프로듀스

유저를 시나리오·캐릭터 형성 단계부터 참여시켜 투표로 살아남은 작품을 일본 만화의 퀄리티로 만화화·애니메이션화합니다. 그 작품을 독자적인 플랫폼에서 판매하여 작품의 세계관을 살린 게임·관련상품도 토탈로 제작합니다.



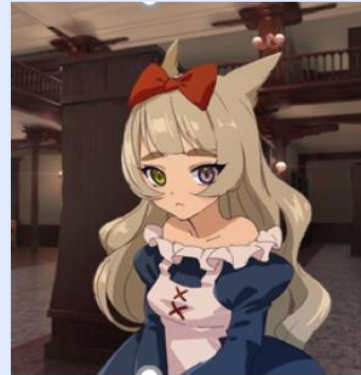
2-2. 만화를 뛰어넘는 토탈 프로듀스

지금까지 만화로 끝난 작품을 애니메이션, 게임, 관련상품으로 사업을 전개합니다. 블록 체인을 활용하여 권리소유자 개개인의 권리를 스마트 계약으로 관리합니다. 유저는 토큰을 사용하여 애니메이션 작품을 시청, 게임 플레이, 관련상품을 구입합니다.



MANGA

ANIME



GAME



GOODS

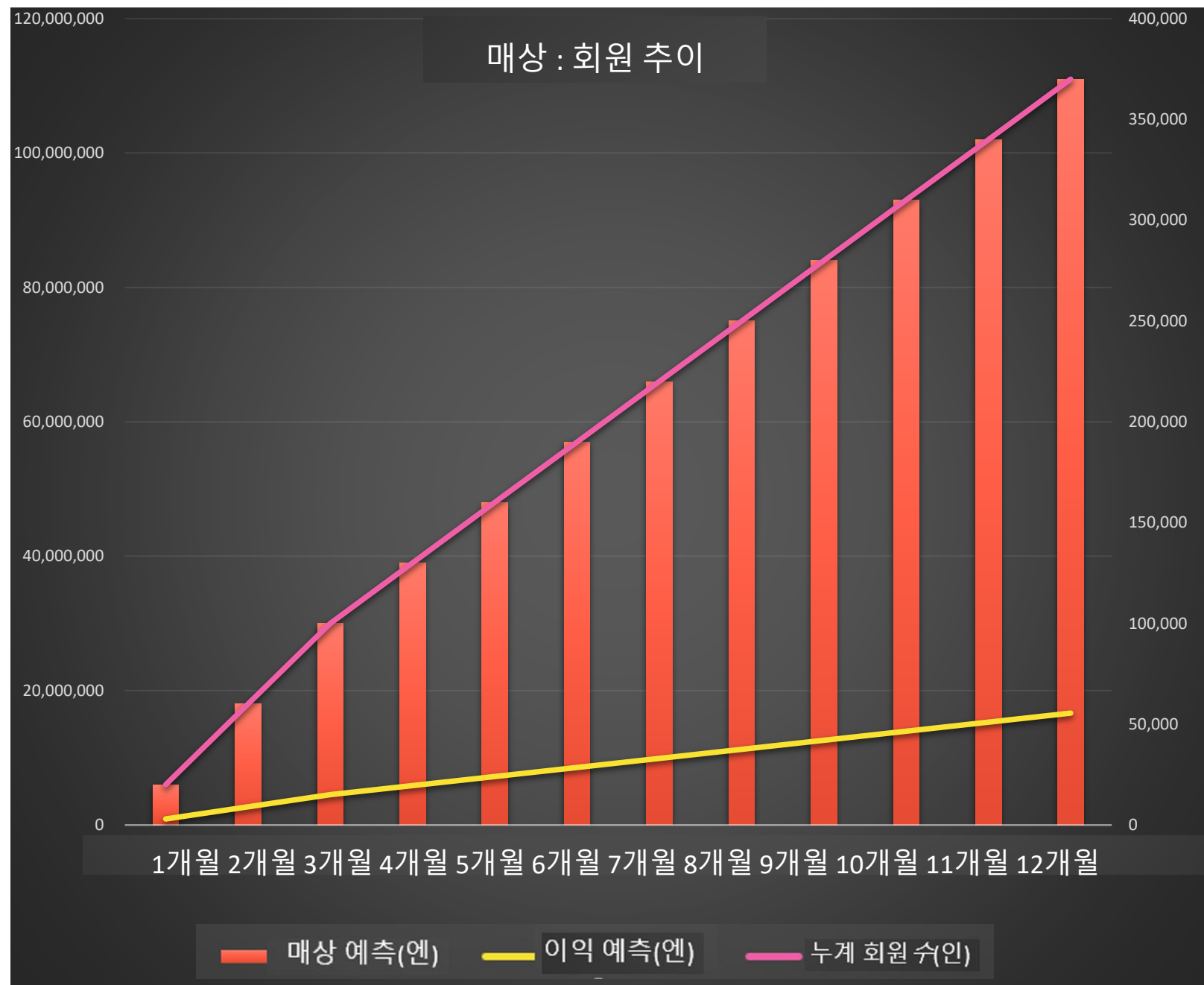


3-1. 오리지널 GOODS로 온라인 인형뽑기 게임 전개



- ①언제 어디서나 진짜 인형뽑기 게임을 스마트폰과 PC등으로 원격 조작하여 즐길 수 있는 온라인 인형뽑기 게임.
- ②획득한 상품은 일부일에 한번 발송하여 자택까지 배송료가 무료.
- ③독자적인 오리지널 애니메이션 GOODS로 다른 점포와의 차별화를 도모하여 온리 원인 자기 회사 전개를 실시한다.
- ④MANGANIME 토큰을 사용하게 하여 토큰의 소비를 도모한다.
- ⑤웨이보를 이용하여 도입상품을 모집하여 중국 국내 유저에 대한 홍보를 적극적으로 실시하여 신규회원을 획득한다.

3-2. 온라인 게임의 회원획득 추이



상기는 기존의 운영점포 데이터를 기준으로 산출하였으며 위예보 의견 조사로 중국시장에 대한 홍보를 고려하면 더욱 호전되기를 기대할 수 있다.

4. 만화의 온라인 디지털 전자서적화

일본 만화를 디지털화하고 중국어로 번역해 독자 플랫폼 뿐만 아니라 중국의 플랫폼으로도 서비스 합니다.

有妖气漫画



有妖气(유야오치)는 중국의 대형 오리지널 웹사이트. 중국만화시장의 60% 이상을 점유하며 8000 작품의 판권을 보유하고, 등록 유저는 600만명, 월 이용자수는 200만~3000만명.

■ 로드맵



■ ICO 로드맵

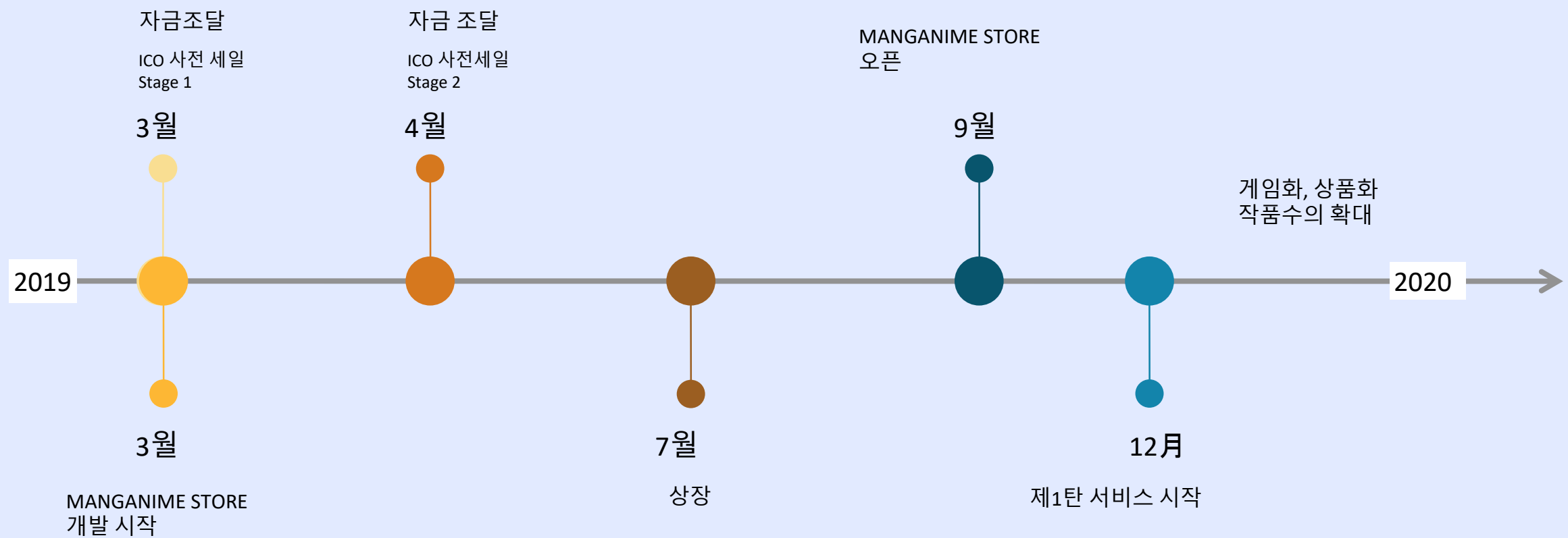
토큰에 대하여

토큰 명칭	MGA
시장가치	1 MGA = 0.00001 BTC
발행 수량	1,000,000,000 MGA
시장 판매 수량	40%
판매되지 않았던 토큰	번 아웃

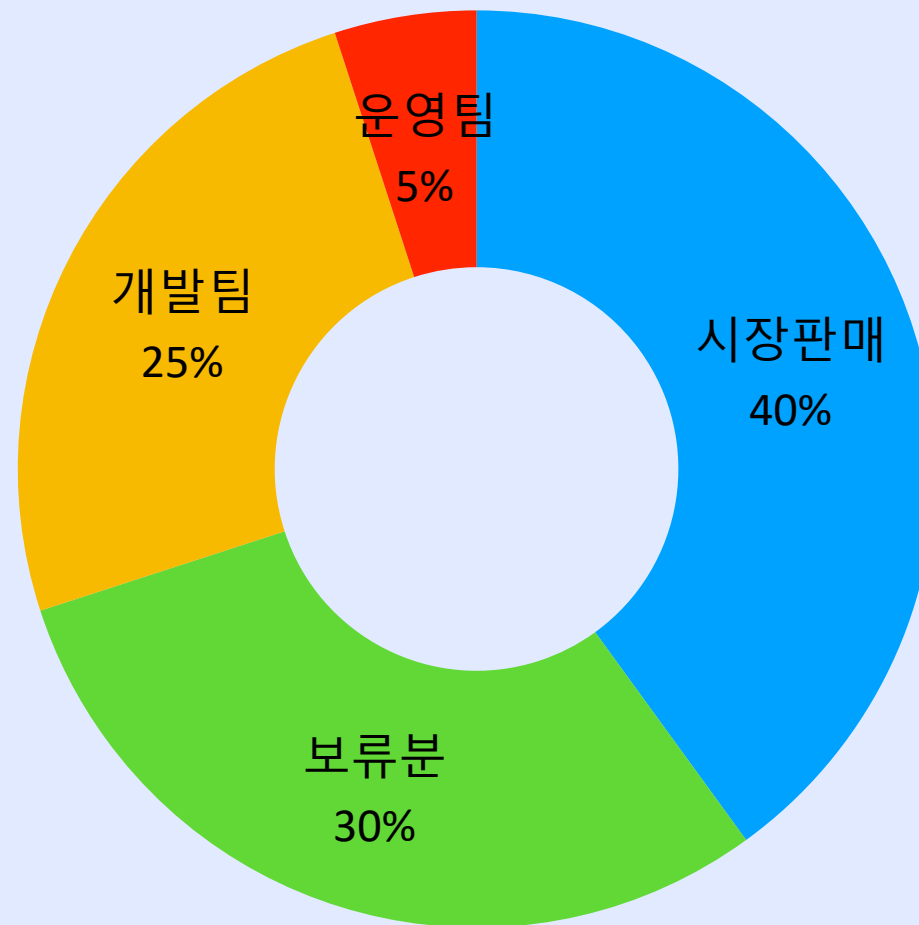
패밀리 세일과 ICO 사전 세일

	패밀리 세일		Stage1	Stage2
조건	10,000 MGA 이상 보유자	ICO 스케줄	2019/3/20 - 4/19	2019/4/20 - 5/19
보너스	+ 10%	보너스	홈페이지를 통해 알림	←

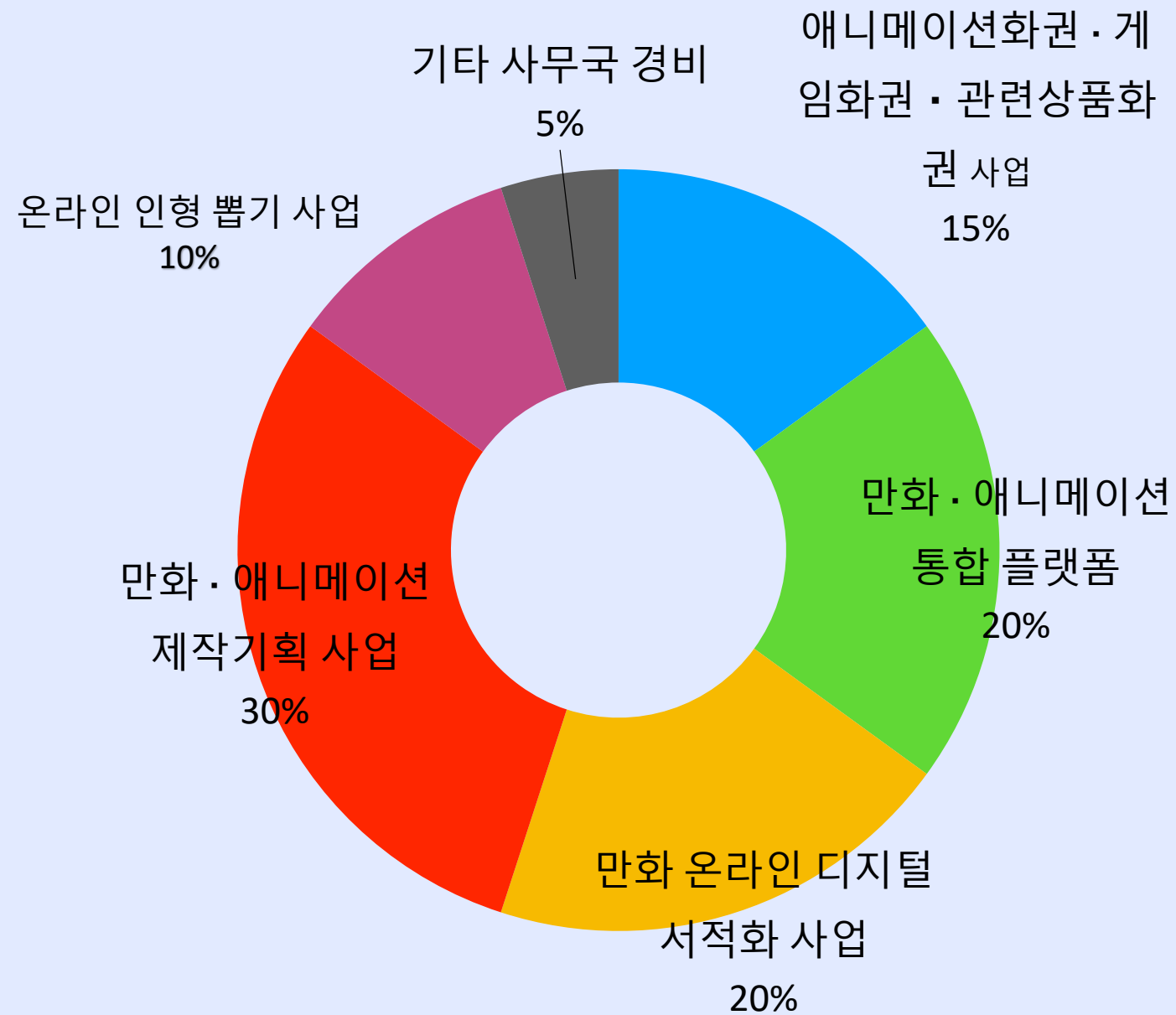
■ 프로젝트 로드맵



■ 토큰 배분



■ 프로시드 할당



■ 팀 소개

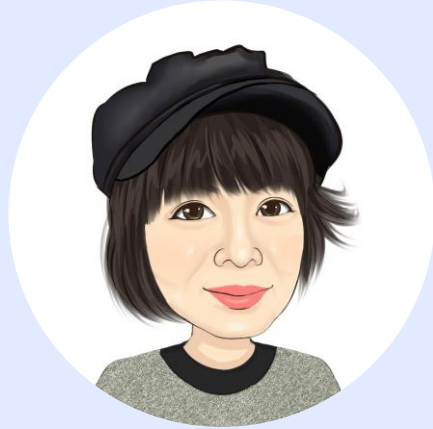


■ 팀 소개 ①



Emi NAKASUJI
President

메이저 게임메이커인 KONAMI에서 다양한 어시스턴트 업무를 거쳐 Manager로 근무.
다양한 히트작 판매에 종사하지만 개인이 할 수 있는 일을 확장하기 위해 독립.
현재는 수입 제조 판매 · 어뮤즈먼트 운영을 하는 회사를 경영. 또한 널리 알려진 온라인 인형뽑기 운영회사에도 관여하며
세계를 상대하는 사업을 전개하고 있다.



Setsuko NAOE
Director

조시 미술 단기 대학 디자인과 졸업 후 주식회사 슈에이사에 입사. 슈에이사 퇴직 후 프리랜서로 수많은 패션잡지 만화잡지의
편집 · 디자인에 참여했다.
1994년 유니버설 스튜디오 · 컨슈머 · 프로덕트 · 재팬의 라이선스 부장으로 활약하며 2002년 마블 엔터테인먼트 재팬
대표를 역임했다.
현재는 과거의 인맥과 실적을 살려 해외와 일본을 잇는 NS인터내셔널 대표로 활약하고 있다.



Tsuguo TAKAHASHI
Adviser

미쓰비시 상사 입사 후, 1993년에 독립
2000년NASDAQ JAPAN시장 (현 헤라클레스)에 상장 후 MTI社에 참가
음원 서비스 사이트 music.jp를 세웠으며 NASDAQ에서 동경증권거래소 1부 시장에 상장하는 데 견인차 역할을 했다.
인터넷 서비스 사업의 최대 회사라고 할 수 있는 사이트를 넘버 원으로 올린 인물

■ 팀 소개 ②



Shigekazu SAKURAI

Adviser

오오사카예술대학교졸업GUI, 영화, 프로모션 디자인 등 디렉션을 하였다. 여러 회사의 대표를 거쳐 현재 '초심대'의 경영진으로 그 수완을 발휘한다. 보이스 번 대표, 복수의 벤처 기업의 임원.



Jason Lam

Adviser

경영전략, 객관리, 비지니스개발, 투자 등 노든 분야에 다양한 경험이 있으며 싱가포르를 거점으로 경영 컨설팅회사인 Principal Strategic사를 창립. 현재는 Principal Strategic사에서 다양한 블록 체인 네트워크 운영에 참여하며 블록 체인 네트워크의 전략 고 물을 겸임하고 있다.



Hong Qi Yu

Adviser

토큰나이즈 창업자이며 비트코인 : 가상통화의 상승을 보고 가상통화의 베스트한 부분을 동화/융합시켜 기술팀을 이끌고 안전하고 편하게 이용할 수 있는 터를 개발하고 있다. 또한 사이버 시큐리티, 시스템, 솔루션 엔지니어링으로 4년간의 전문 IT 경험이 있다. 현재는 자신이 소유한 회사에서 이후 4년 동안 FOREX, 주식, 디지털 통화, 금융분산투자 등 거래 및 관리 경험이 있으며, Bambu의 FinTech Series A시리즈를 혼자서 개발에 성공한 업계의 선구자이기도 하다.