

# KWAVE

whitepaper



## エンターテインメント分野はこの半世紀、目覚ましい成長を遂げている産業です。

放送や音楽、美術、ドラマ、映画など、多様なジャンルのエンターテインメント産業は、人類の生活に欠かせない産業分野となっており、IT、製造など他の産業に支えられ、規模の面でも他の産業を圧倒するほど著しい成長を遂げています。

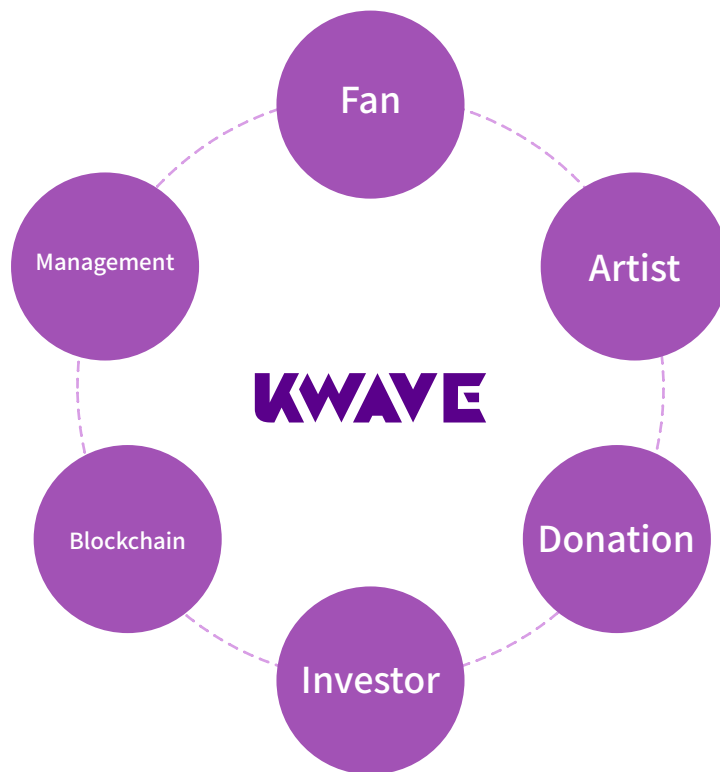
しかし、グローバル経済は新型コロナウイルス感染症(以下、「COVID-19」という)のあおりを受け、2009年以来初めて縮小に転じ、2.1兆ドルに上っていたエンタメ産業は2020年およそ5.6%縮小しました。コロナ禍の影響でかつてのビジネスモデルが崩壊し、進んでいたトレンドがより顕著になったことで、従来の産業構造は変革を求められています。

K-WAVEプロジェクトは、こうしたエンターテインメント・エコシステムにおけるスターとファンの関係をより透明かつフェアな構造に改善し、それぞれのプレーヤーがプラットフォームの中で自分の影響力を行使することで、ファンのスターへの一方的だったコミュニケーションの構造を双方向のコミュニケーションに変革するためのプロジェクトです。

K-WAVEプラットフォームは新人アーティストを発掘し、そのファンダム(Fandom)を広げるアーティスト支援プログラムなど、ファンが好きなアーティストがグローバルアーティストに成長するまで応援するプロジェクトとして企画されました。K-WAVEトークン・エコノミーにより、特定の国の政治、外交問題などに影響を受けないグローバル・サービスを目指します。K-WAVEプラットフォームが導入したブロックチェーン技術は、もはや想像の世界のものではなく、既に私たちの暮らしの中に徐々に適用されている技術です。

中央集中化された機関を通さず透明性や効率化を実現するブロックチェーン技術で作られたデジタル資産は、未来の新たな収益源とされており、こうした資産のデジタル化や新たな方式の流通は第3次産業革命を経て、第4次産業革命時代へ向かう上で道しるべの役割を担っています。特に、ブロックチェーンの長所を最も生かせる分野の一つであるエンタメ業界は、こうした新しい技術に非常に注目しており、ポストコロナ時代に向けて産業構造全般の変化に備える様々な動きがみられています。

K-WAVEは、これからの時代に有効なトータルエンターテインメント・プラットフォームを開発するため、ブロックチェーンやVR/ARなどの新技術とこうした技術が生み出す変化や恩恵に注目しています。さらに、こうした新技術を韓流と結びつけることで、グローバルエンタメ産業の構造を見直し、より成熟した文化に裏打ちされたエンタメ事業の新たなパラダイムを切り開くため、準備を進めています。



## K-POPエンターテインメントを巡る環境

### 2-1. K-POP市場の成長

#### もはや疑いの余地のないK-POPの人気

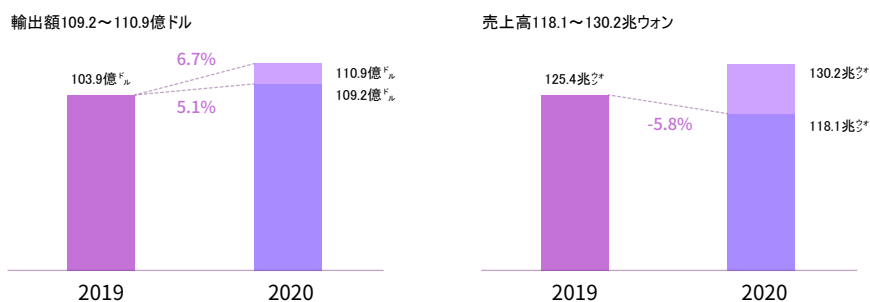
数年前まで毎年のように「K-POP危機論」が囁かれたことを考えると、実に飛躍的な発展を遂げていると言えるでしょう。薄っぺらいダンス曲に合わせて機械的に踊る若い歌手の人气がそう長続きするはずがない、だからすぐ消えていくだろうというネガティブな予想…しかし、彼らの生命力は予想とは裏腹に、はるかに長く、強固なファンダムによる波及力は予想をはるかに上回るものでした。アイドル歌手を中心としたK-POPの人气は、今やグローバル市場における韓国のポップミュージックのパイをどんどん大きくしています。

地球規模でグローバルデジタルコンテンツ市場が急成長を遂げている中、韓国のデジタルコンテンツ市場は世界5位に上るなど、高いレベルを維持しています。K-POPで代表される音楽をはじめ、映画や放送、ゲームなど、韓国の文化コンテンツはグローバル市場でその存在感を増しており、韓流3.0の次のフェーズである「新韓流」を巡る議論につながっています。



K-POP関連のつぶやき成長曲線(2010-2020)

韓国の文化コンテンツ産業は世界7位の規模で、既にグローバル競争力を持っています。同市場の規模は2019年125.4兆ウォン規模でしたが、コロナ禍の影響で2020年5.8%減少し、およそ118.1兆ウォンを記録しました。しかし、海外輸出の持続的な増加に支えられ、2021年には130兆ウォンの規模に成長することが見込まれています。



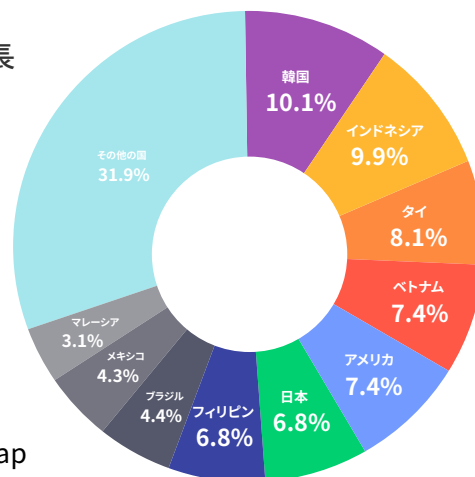
2020韓国コンテンツ産業の主な統計

グローバル市場でK-POPをはじめとする韓国発の放送、映画などの人気追い風となり、音響映像や関連サービスの輸出が引き続き拡大しています。中でもデジタルプラットフォームの発達で、世界のファンが韓国の文化コンテンツにアクセスしやすくなり、需要が拡大したことで、様々な地域で韓流のファンダムが形成されつつあります。

世界中で韓流コミュニティ(ファンクラブ)の会員数が年々増加している中、直近ではアジア諸国(年平均成長率32.3%)のみならず、アメリカ(同35%)、ヨーロッパ(同60.7%)などでも大幅な増加が見られます。

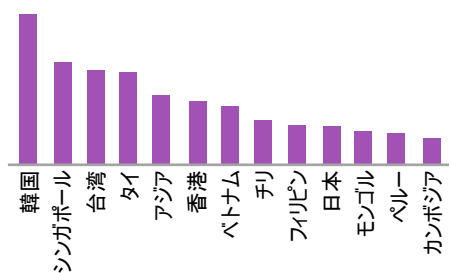
特に音楽産業で世界的なCD不況が叫ばれている中、K-POPのCD販売量は大幅に伸び、グローバル市場における韓流ファンダムの威力を物語っています。

グローバルCD市場の規模が2013年から2019までマイナス5.7%成長したのに対し、K-POPのCD販売量は同期間年平均27.7%成長、コロナ禍で対面形式のコンサートがほとんど行われなかった今年の上期にもK-POPのCD販売量は前年比41.9%と、驚異的な成長ぶりを見せています。

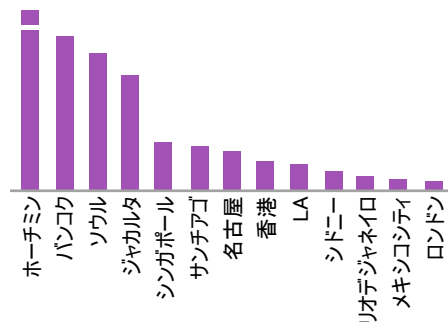


2020 Global K-POP Map

国別K-POP体感指数



都市別K-POP体感指数



## 2-2. COVID-19による新たなトレンド

### 消費パターンのニューノーマル(New Normal)

コロナ禍で(1)非対面型消費(Untact)、(2)巣ごもり消費、(3)自分のための消費と3つの消費トレンドがすべての消費者層で見られ、こうしたトレンドはポストコロナ時代の「ニューノーマル(New Normal)」として定着することが予想されます。

#### 1) 非対面型(Contact-less)消費

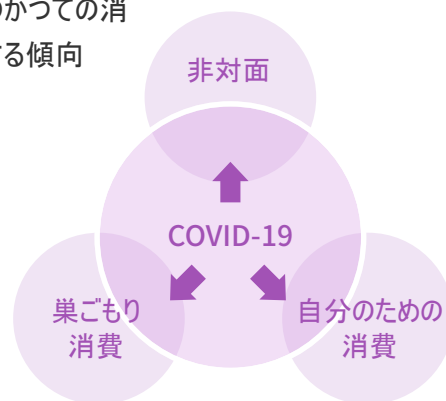
COVID-19の感染拡大により、対面・接触への抵抗が強くなったことで、他人と接触せずに消費する非対面型消費、いわゆるUntact消費が消費者層で広がり、あらゆる産業で非対面形式の消費に対応する戦略が打ち出されています。

#### 2) 巣ごもり消費(Home+Economy)

COVID-19によってやむを得ず自宅で過ごす時間が増え、屋外で余暇を楽しんでいたと同様、家の中でも様々な楽しみ方ができるように巣ごもりをサポートする製品・サービスの消費が増えています。

#### 3) 自分のための消費(Egocentric Consumption)

家で過ごす時間が増え、世間体や見栄のためのかつての消費パターンから脱し、自分のための消費にシフトする傾向が見られています。



## COVID-19による産業別消費パターンの変化

COVID-19は人々の衣・食・住いずれにも影響を及ぼし、ライフスタイルに変化をもたらしています。生活者の消費パターンの変化によってすべての産業でパラダイムシフトが起きつつあります。



### 金融

COVID-19により、オフラインでのセルフ注文・レジサービスなど、非対面形式の金融決済の利用が拡大。

健康意識の高い消費者が増えたことで、金融業界では健康管理のための商品が発売。

### O2O & 配送

生活必需品・食料品を中心とした配送サービスの利用増加で、小ロット(1個)、30分～1時間以内の配送サービスなどの提供が拡大。

### 教育

COVID-19によるリモート授業が長期化したことで、eラーニング(オンライン教育)へのニーズが増大。それを受け、エデュテック(Edu-Tech)サービスの導入が拡大。

### GAME

バーチャル世界で社会的つながりを求める消費者が増え、ゲームの消費が拡大。参入障壁が低いモバイル向けカジュアルゲームから「コロナ太り」を改善する楽しさと運動効果を狙ったフィットネスゲームなどが人気。

### メディア&エンターテインメント

COVID-19の影響で大勢の人が利用する施設の利用を避ける現象が続き、配信系プラットフォームが市場での存在感を増している。それと同時にOTT(オンライン動画配信サービス)市場の成長が加速化。

## 家電

自宅で過ごす時間が増え、快適さや清潔さなどを提供するマッサージチェアやコーヒーマシン、モニター、衣類ケア家電など、セカンド家電(生活に欠かせないものではないが、あると何かと便利な家電製品)の需要が拡大。

## 飲食料

家で過ごしている間、加工食品を自分ならではの調理法でモディファイしたり、内食の増加でミールキット製品の消費が増加。

## ホームファニシング

室内の清潔・衛生及び家庭内の健康・美容、居心地のよい住環境を作る製品に支出を増やす傾向が顕著。

## 自動車

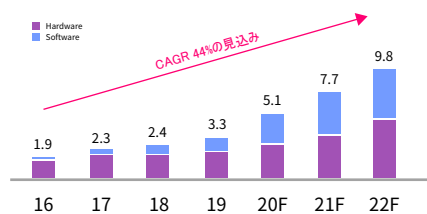
オフラインで購入する比率が圧倒的に高かった自動車は、対面・接触を避ける傾向により、オンライン取引が拡大。やむを得ない外出自粛による旅行費や余暇への支出が減少した反動で外車の購入が増加。

## ラグジュアリー

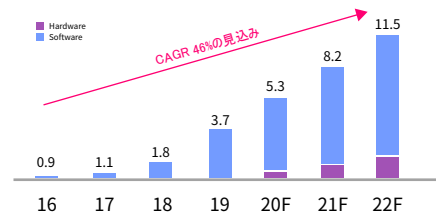
衣類や靴、かばんへの支出が減少したことのできた余裕資金をラグジュアリー製品に支出するリベンジ消費が増加。そこで「自分へのご褒美として支出」をする消費者が増加。

## 2-4. VR/AR市場の成長

グローバルVR/AR市場は爆発的に成長しており、国内外で主なゲーム、エンターテインメント、通信、IT企業の投資が活発化し、コア技術、ゲーム、ソリューション/サービス、画像/動画などコンテンツ分野に集中的に投資が行われています。



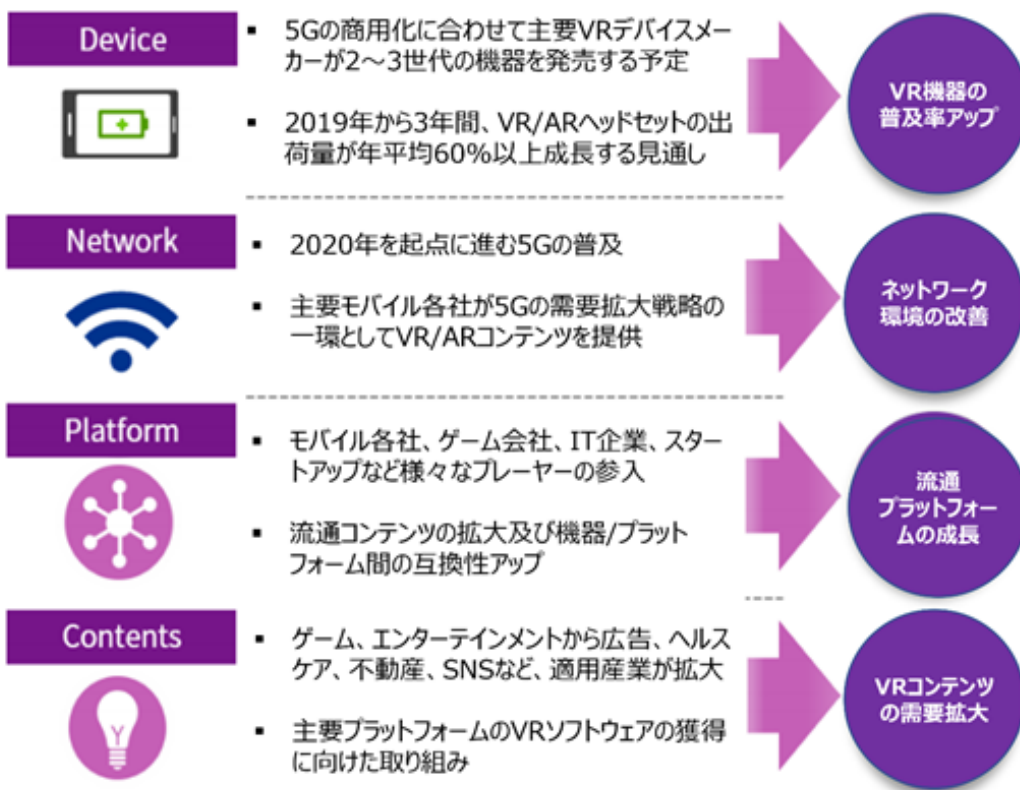
グローバルVR市場の売上高推移



グローバルAR市場の売上高推移



VRエコシステムの構築で高まるVRソフトウェア市場の成長ポテンシャル



## 2-5. ゲーム会社及び大手企業のエンタメ産業への参入

ゲーム会社や大手企業は既存の事業領域で培った技術や運営ノウハウを生かし、事業の多角化を図っており、IPの確保やエンタメ企業との協業によって、積極的に付加価値の創出を試みています。



BTS「バンバンコン ザ ライブ」Case Study

- NaverはCJとの6,000億ウォンの株式交換に踏み切り、V LiveやLINEなどグローバルサービスやCJのTvingなどプラットフォーム間のコラボによってコンテンツ流通を強化。
- ライアットゲームズが展開する『LoL』のキャラクターで構成される4人組のバーチャル・ガールズグループK/DAが1stアルバムを発売し、そのレコーディングにTWICEが参加。デビュー・シングルアルバムはYouTubeで3億6千万view以上を記録。
- Epic Gamesが制作したシューティングゲーム『フォートナイト』ではヒップホップミュージシャンのトラヴィス・スコットのバーチャルコンサートが開催され、スコットの動きを再現するアバターと観客のアバターが同じ場で触れ合うことで、従来のオフラインコンサートでは得られなかった新しい観覧スタイルを体験できた。

## ゲーム会社/大手企業がエンタメ分野に参入した事例

### NCソフト |

- ・「ユニバース」様々なK-POPアイドルのオン・オフラインにおけるファンダム(Fandom)活動をモバイルで楽しめるオールインワン(All-in-one)プラットフォーム
- ・事前予約者数100万人を突破
- ・ユーザーはユニバースでカン・ダニエル/モンスターエックス/パク・ジファン/IZ\*ONE/宇宙少女など、人気アーティストと触れ合い、AI(人工知能)音声合成、モーションキャプチャー、キャラクタースキャンなどIT技術とエンタメコンテンツを融合したサービスを提供

### ネットマール

- ・BTSワールド: アーティストのマネージャーとしての視点で相互作用及びBTS独占コンテンツが楽しめる実写基盤カジュアルゲーム
- ・BTSユニバースストーリー: 様々なコンセプトのストーリーを自在に生み出し、それを他のユーザーたちとシェアしながらコミュニケーションが取れるストーリー・ソーシャルゲーム

### カカオ Naver

- ・カカオエム: CMM(Celeb-owned Media Management)事業を推進し、芸能人自らコンテンツの企画や制作に携わり、自分のイメージやストーリーを基に自分ならではのブランドを創造するセレブコマース・ビジネスとして拡張する計画
- ・Naver: 大手芸能事務所SMとYGにそれぞれ1000億ウォンを投資、公演や音楽、映像など、デジタルコンテンツの発掘や制作競争力の強化

## 2-6. Industry Benchmark

### Universe

アイドルのAI音声を具現化する技術とアーティストの外見及びモーションをキャプチャーするIT技術をエンタメコンテンツに融合させたプラットフォーム

### Whosfan

Hanteoチャートを展開するHanteoグローバルが開発したアイドルファン向けのアプリ。チャートの確認や投票及びイベント、Hanteoニュースを提供するプラットフォーム

### Amino

ユーザーが参加できる特定テーマ専用のコミュニティ。投票、掲示物のアップロード、関心分野のWiki作成、クイズなどをユーザー自ら制作し、楽しめるのが主な特徴

### Zepeto

拡張現実(AR)アバターサービスで、韓国を代表するメタバースプラットフォーム

## VOTE & EVENT

블록체인 기술이 도입된 투표와 다양한 후조현의 이벤트에 참여해 보세요!



## 차트

K-POP 대표 차트 톱티차트 순위와 초동 판매량 기록을 한 눈에 확인하세요!



## 앨범 인증하기

앨범 인증으로 크레딧도 획득하고, 아티스트 차트 순위도 올리고, 저작권도 보호할 수 있어요!



## 뉴스

시 저널리즘이 적용된 '한티뉴스봇' 기사를 아티스트의 차트 소식을 세상에서 가장 빠르게 만날 수 있어요!



K-POP



### 3-1. K-WAVEサービスの背景及び目標

#### A. K-WAVEプラットフォームの開発に至った背景

最近、韓国の大手芸能事務所が海外を拠点とするアイドルグループを次々と発表し、いわゆる「K-POP韓流3.0」の流れが加速化しています。K-POPのグローバル戦略のフェーズ1は韓国歌手の海外デビュー、フェーズ2は外国人をグループのメンバーに迎え、海外市場を攻略するパターンでした。それからフェーズ3は海外でK-POPのシステムを適用してグループを育成し、デビューさせる方式へ進化を遂げました。こうした「K-POP韓流3.0戦略」はK-POPの世界的ブランド価値の向上によって、一層弾みが付き、K-Starブランドのグローバル化が加速化したことで、自ずとK-POPというジャンルのすそ野も広がりつつあります。



世界の韓流ファン **10,477万人**

## K-POPのグローバル化

韓流の勢いは衰えを知らず、CD販売やコンサートなどの需要は相変わらず好調です。また、日本や東南アジア、中国にとどまらず、ヨーロッパ、北米、南米など、韓流は世界に広がりを見せています。公式的に世界中の韓流ファンは1億人と推計されています。

それに、BTSはビルボードチャートの常連となり、EXO、TWICE、BLACKPINKなど、多くのK-POPアーティストは海外の様々な分野で記録を打ち立てています。

## 2021年現在、韓流はすべてのジャンルと世界を圧倒する最もパワフルな文化商品となっています。

### BTS

- ・2020年現在、米ピープルズ・チョイス・アワーズ4冠
- ・2020年現在、ソーシャルアーティスト4年連続受賞
- ・2020年グラミー賞ノミネート
- ・2021年「Dynamite」ビルボードシングルチャート1位
- ・「DNA」MVがYouTubeで12億view突破



### EXO

- ・海外の男性アーティストとして最短期間で東京ドーム公演
- ・5thアルバムがビルボードワールドチャート2週連続1位
- ・ブルジュ・ハリーフアでEXOをテーマとするLEDショーを開催
- ・アジア・アーティスト・アワーズ2年連続1位
- ・2015年フォーブス誌が選んだ韓国のパワーセレブ1位



### TWICE

- ・2017年、日本デビューアルバム20万枚以上販売
- ・日本でドームツアーを実現した韓国初の女子アイドル
- ・TWICEのIPを活用したゲームが登場
- ・日本のアプリストアでゲームダウンロード1位
- ・日本アルバムが5年連続プラチナ認証(日本レコード協会)



### BLACK PINK

- ・YouTube公開MVとしては最短期間で1億view
- ・2019年スポーティファイ グローバルトップ50チャート2位
- ・2019年ビルボードHot100チャート33位
- ・英オフィシャルシングルチャート20位
- ・Dua Lipa、Lady Gagaなど海外の有名ポップスターとのコラボ音源を発表
- ・YouTube公式チャンネルの購読者数6050万人突破



## K-Contentsのグローバル化

K-POPをはじめとする韓国の放送、映画などの人気で関連サービスの輸出や興行が引き続き拡大しており、特にデジタルプラットフォームの発達でK-Contentsへのグローバル・アクセシビリティの向上や需要拡大が顕著です。

それだけ多様なファンが韓流に熱狂することで、韓流や韓流スターへの多彩かつ幅広いニーズが顕在化してきました。ファンになりたての頃は音源やドラマを消費することで、韓流に触れ、韓流にはまるとスターとのより密なコミュニケーションや交流、触れ合いなどを求めるようになります。特に、物理的に距離が離れているヨーロッパや北米、南米のファンの願望はより強い傾向が見られます。韓国のファンのように密接なコミュニケーションや交流ができるファンミーティング、誕生会、サイン会、番組収録の観覧等々、様々な機会に恵まれない分、

韓流スターとの幅広い、より密な交流を求める海外ファンのニーズは日に日に増しているのが現状です。



ドラマ  
—グローバル配信系オリジナルコンテンツ—

- ・Netflixオリジナル韓流ドラマの最盛期
- ・東南アジアでNetflixのTop10の半数を占めるのは韓流ドラマ
- ・〈キングダム〉の人気で朝鮮時代の「カッ(笠子帽)」がAmazonで人気
- ・〈Sweet Home -俺と世界の絶望-〉、〈スペーススウィーパーズ〉がNetflixで1位



映画〈パラサイト〉  
—アカデミー作品賞—

- ・第72回カンヌ国際映画祭でパルムドール受賞
- ・フランスで観客動員100万人突破
- ・北米テルライド映画祭に出品
- ・第77回ゴールデングローブ賞外国語映画賞受賞
- ・第92回アカデミー賞4部門受賞



映画〈ミナリ〉  
—アカデミー助演女優賞—

- ・イタリア公開初日、観客動員1位
- ・ユン・ヨジョン、韓国俳優として初のオスカー受賞
- ・米自主映画アワード「スピリッツアワーズ」助演女優賞
- ・2021年4月、CATV VOD販売1位

## B. K-WAVE以前の歴史

K-WAVEは長年韓流のグローバル化を目指し、韓流ビジネスに取り組んできた『K WAVE』からスタートしました。『K WAVE』は2012年韓国の国営放送KBSと共同で創刊したグローバル韓流マガジンです。

その後、KBSとの共同発行をやめ、単独発刊に踏み切りました。

さらに、グローバル韓流ファンコミュニティを基盤に、『K WAVE U』、『K WAVE H』、『K WAVE X』などのブランドを立ち上げ、韓流のグローバル化に貢献してきました。

ここ10数年間、韓流のグローバル化を進めながら培ったあらゆるノウハウや写真、インタビュー、動画などすべてのデータをK-WAVEという新しいプラットフォームに載せ、新スタートを切ります。



a. K WAVE

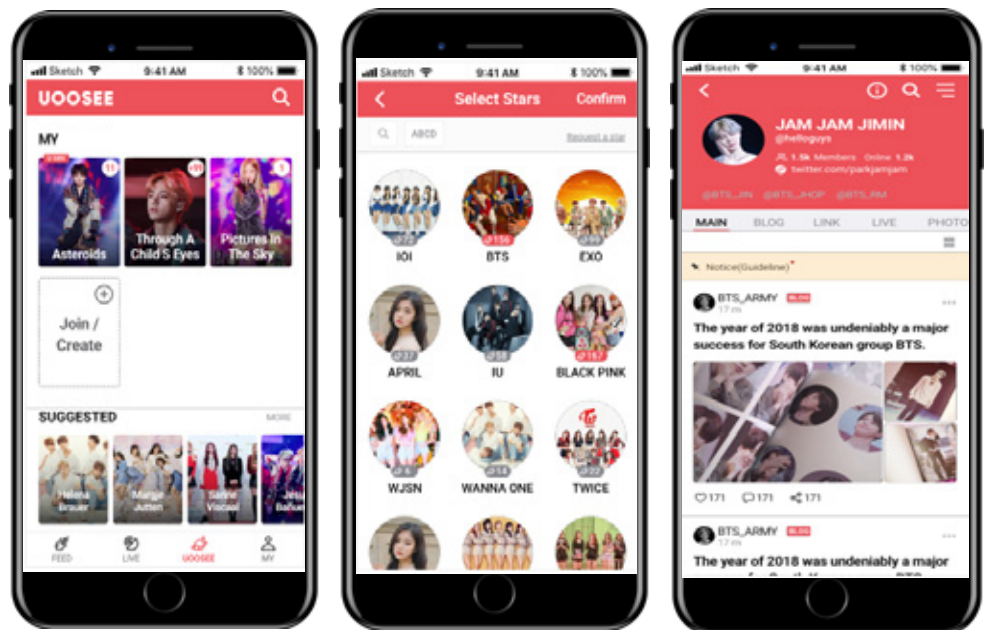


b. K WAVE M, K WAVE H, K WAVE X



## C. K WAVEアプリ

2016年8月『K WAVE』を発売して以来、イ・ジュンギ、チ・チャンウク、少女時代ヒョヨン、Apink、ファン・チヨル、INFINITE、ソン・ジウン、キム・ヨンガン、カン・ソラ、ハハ、MOMOLANDなど、計300チームとタッグを組み、ファン向けのコンテンツを制作してきました。



#### D. K-WAVEの目標

K-WAVEは、世界の韓流ファンのニーズを満たすためのプラットフォームです。特に、これまで韓流スターとのダイレクトなコミュニケーションや交流に飢えていた中南米や北米、ヨーロッパなどの韓流ファンとスターの密でダイレクトなコミュニケーションや交流を目指します。いま世界のファンは単なる音源やニュース、情報、画像にとどまらず、韓流スターとのプライベートで、より密なコミュニケーションなど、さらに密接な関係性や中身の濃いコミュニケーションを求めています。例えば、好きな韓流スターの誕生日に自分の代わりに直接誕生日プレゼントを届けてくれる「高度にプライベートな交流を実現してくれるプラットフォーム」を求めています。

ファンは韓流スターに特別な願い事をリクエストし、その願いを叶えてくれる“アラジンの魔法のランプ”のようなプラットフォームを求めています。FanTokはまさに韓流ファンのために誕生した“魔法のランプ”です。

##### MISSION (WHY)

“韓流という関心分野ベースの新たな収益モデルを創出します”

##### VISION (WHAT)

“グローバル韓流ファンコミュニティメタバースプラットフォームを提供します”

##### CORE VALUE (HOW)

“グローバルネットワーク、ブロックチェーン基盤の融合ソリューション、アーティスト支援”

# KWAVE

## 3-2. K-WAVEのサービスと機能

### A. 願い事をリクエスト

「願い事をリクエスト」は、K-WAVEが提供する最もコアなサービスです。User(ファン)が応援する韓流スターを順番で選び、User(ファン)がそのスターに自分の願い事をリクエストする機能です。

ライブ配信の前にファンの願い事を応募、投票及び結果をまとめて、伝えると芸能人はそのリクエストに応えます。Naver NOWなど有名ライブ配信チャンネルなどと提携し、信頼できるメディアの放送を使って、スターのキャスティングや願い事に係るロジスティクスや実現上の課題を解決します。

#### Business Overview

- ・ライブ配信する番組に出演予定の芸能人に番組内でやってほしいことを願い事として投稿
- ・アップされた願い事の上位にランクインしたの中から芸能人が選び、番組の中で願いを叶える方式
- ・願い事の投稿や投票などにコインを活用
- ・今後、ライブ配信などを行わなくても、芸能人に依頼して願い事を叶えるかどうかを検討

#### Main Content

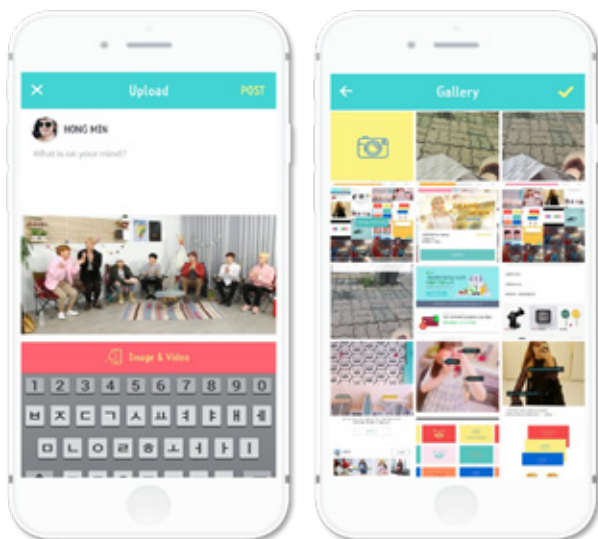
- ・例：Naver NOWの配信前、芸能人あるいはNaver側が伝える範囲内で願い事を選ぶことができ、その中からファンのリクエストを作成してアップロード
- ・自分で願い事を投稿せず、他のファンのアイデアが気に入れば、そのアイデアを投票で「応援」でき、投票の結果が願い事のランキングにリアルタイムで反映
- ・ランクインしたアイデアの中から選ばれたアイデアは、願いを叶えてもらえるほかにも、アイデアを投稿したファンとそのアイデアに投票したファンにコインをプレゼント

#### How-To

- ・芸能人が手配されているフォーマットにファンと触れ合うコンテンツを提供することで、改めて芸能人を手配する手間が省ける。
- ・願い事を選択範囲から事前に打ち合わせることができるため、実現に対するプレッシャーがほとんどなく、実行力も良好だろうと予想される。

#### 期待効果

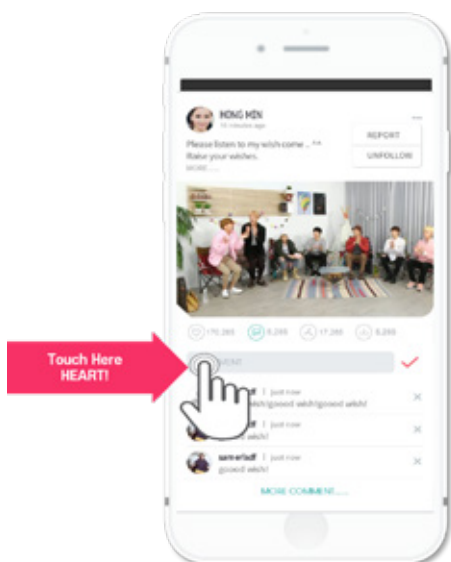
- ・現在、Naver NOWはSMS(ショートメール)形式で手紙やリクエストを募っているが、昔のラジオ方式よりトレンドで、今の感性にマッチする方式でファンと触れ合うのが望ましい
- ・FanTokというアプリのリクエスト(願い事)実現に対する信頼度が高まり、実際願いが叶う確率も高まると、アプリを使用するファンの増加が予想
- ・芸能人と直接コミュニケーションが取れるアイテムとして、ファンの使用のみならず、芸能人の所属事務所や製作者にとってもメリット



スターへの愛情を込めて  
願い事をリクエスト!

好きなスター宛てに願い事をアップしてください。  
多くのファンが共感できる内容なら、尚のこといいでしょう。

- 今後、自動翻訳マシンとの連動を検討



願い事コンテンツにはハートとコメントを!

共感できた願い事や自分の願い事、面白い願い事、  
必ず叶えたい願い事にはハートとコメントを寄せてください!

ハートが多ければ多いほど願い事が叶う確率がアップします。



## B. 私はバラエティ制作局

ファン自ら作るゲームを通してファン同士でつながり、スターへの愛情を表現する場としての機能が搭載されます。

ゲーム作りや参加などでアプリ内で使えるコインをゲットでき、その後人気ゲームなどの広告収入をシェアできるなど金銭的なモチベーションを提供します。

### Business Overview

- ・ シンプルかつ多彩な方法でファン自らミニ芸能コンテンツをアプリ内で制作し、他のファンがそれを体験する方式
- ・ クイズなどのミッションを完了すると、コインや特典がもらえる。
- ・ ゲームの管理は開発したファン自らい、見返りとしてコインを獲得できる仕組み

### Main Content

- ・ クイズ
- ・ MBTIフォーマットテスト(例: 自分の彼氏に一番ふさわしいBTSのメンバーは?)
- ・ 「お盆カラオケ」の歌詞を当てるゲーム
- ・ 次のダンスシーケンスを当てるゲーム
- ・ 様々なレトロバラエティ
- ・ 待受画面の制作、キャラクターのデコレーション
- ・ 管理者のレベルになると、新しいフォーマットづくりも可能

### How-To

- ・ 基本フォーマットを自動販売機のように揃えておき、その中からファンが選んだフォーマットの中に好きな内容載せてコンテンツを生成
- ・ ファンがゲームを生成するとコインをプレゼントし、特定の使用数を達成する度にコインをプレゼント
- ・ 他のファンのゲームを使用する時やミッションを完了した時もコインをプレゼント

### 期待効果

- ・ ファンが自分たちで作ることに喜びを感じ、芸能人なしでもファン同士でつながる場になる
- ・ アプリの滞在期間を延ばし、広告や投資などを誘致するのに有利
- ・ 韓国の人気バラエティのマリテル(マイ リトル テレビジョン)フォーマット/週末の人気バラエティ/アプリゲームなどのK-POP風のアレンジ
- ・ 今後、人気ゲームの広告収入をシェアすることで、ファンは「成功したオタク」に、FanTokは追加収入が得られるチャンスを提供



イメージ例

## C. Merchandise

オリジナルグッズを制作し、それぞれのファンのレベルに合わせたキットをランダム構成で販売します。願い事(リクエスト)の実現と連動し、ライブ配信番組のコンセプトにマッチするリミテッドグッズを発売します。

- 1) なりたてのファン/ライトファン/コアなファンなど、レベル別のランダムボックスなどキットを制作
- 2) 限定版プレイモービルフィギュアを制作・販売
- 3) K-WAVEアナログコインの販売/プレゼント

### a. K-WAVEコインVIP

K-WAVEにおける活発なアクティビティにより、コインをたくさん貯めた小数のファンにYouTubeのシルバープレーボタンのように実際のアナログFanTokコインを制作、プレゼント(その後オフラインVIP資格を付与)

### b.グッズキット

芸能人オリジナルグッズとオフィシャルグッズなどを活用し、ファンのレベルによって欠かせない構成でキットをいくつかの選択肢で制作、ランダムボックスの形で発売。

なりたてのファンに欠かせないグッズ(例.ペンライト)とコアなファンに必要なグッズの中身を別々に構成し、差別化を図る。

オリジナルグッズとオフィシャルグッズをうまく組み合わせ、K-WAVEならではのグッズ販売競争力を向上させるのが狙い。

### c. プレイモービルセットのコレクト

願い事を叶えるライブ配信番組のテーマにマッチするプレイモービルを制作。

ライブ配信の前に期間ごとに異なる種類を販売し、セットで集める楽しさを感じてもらい、コンプリートすれば、番組のテーマが分かる仕組み。



オリジナルグッズ及びキット



プレイモービルの例示

## D. KWAVEギャラリー

『K WAVE』に掲載された画像をビジュアル展示会のように企画し、一度で多くのファンがアーティストのグラビアを鑑賞できます。

ほかにも、アーティスト別あるいは特定テーマ別にまとめられているため、お気に入りのアーティスト/テーマ別にお楽しみいただけます。

『K WAVE』のイメージや画像を活用し、見ごたえのあるAll star Online Galleryを構築、360度ビューイングアングルのバーチャルギャラリーとして、まるで展示会に来ているような感覚を味わうことができます。

韓流をテーマに設立された仮想のギャラリーとして、時代別、アーティスト別、ジャンル別など、様々なオプションでキュレーションが構成されます。

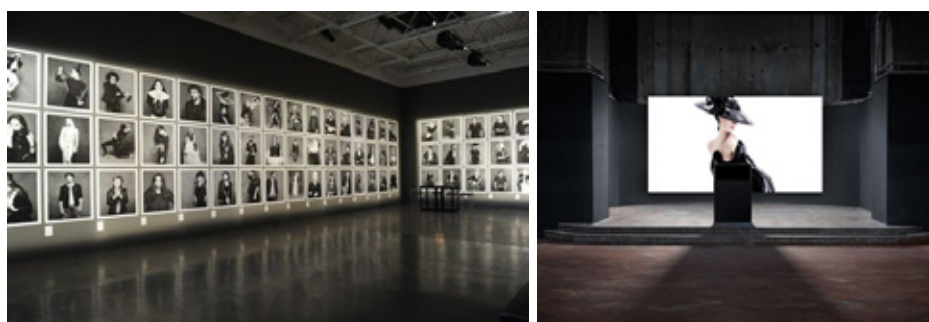
インタビューの収録映像やメイキング映像なども途中で再生でき、より立体的な体験を楽しめます。

雑誌のグラビアやそれについての説明、それに付随する収録映像、未掲載カット、インタビューなども楽しみ、A-listerたちのイメージをアプリ内の「サイン会」を通してサイン入りのイメージとして所蔵できる機能も検討しています。

K WAVEギャラリーは『K WAVE』の豊富なデータベースを生かしてファンに異色の経験を提供し、韓流の地位を文化の一部としてより向上できるイノベーションです。



ビデオ形式の展示

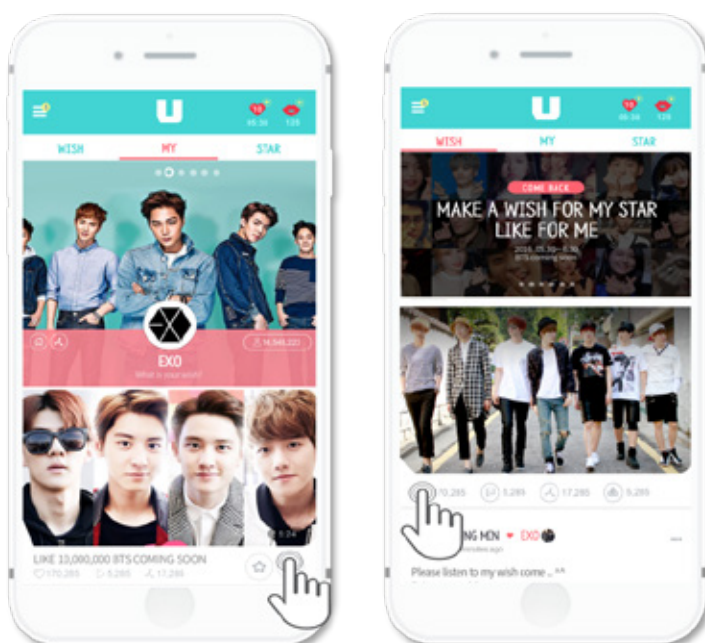


ギャラリー形式の展示

## E. Coin System

K WAVE U 仮想通貨の使用の誘導による収益構造の確保

一部のコンテンツに課金する仕組みで設計し、サービスに参加する楽しさを感じるほど、自然と有料決済につながるシステムを構築します。それにより、仮想通貨の必要性と共に、収益構造を確保します。



入会すると基本的に提供するハートを使い切ると、次の三つの方式でコインをゲットできます。

1. コインの購入、2. 広告の視聴、3. アプリの毎日起動及び各種のin-app活動（例. ゲームの開発や願い事の投票など）



【코인을 모두 소진하였을 때】

【코인 스토어에서 구매】

【광고 시청으로 코인 획득】

【음식체크 등 각종 in-app활동 코인 획득】



## F. Crowd Funding

### クラウドファンディングとファンのニーズに合ったアーティストリワードによる寄付文化の活性化

ファンはクラウドファンディングを通して、アーティストの活動に直接影響力を行使し、従来とは違った見返り(リワード)をFanTokを通じて獲得します。

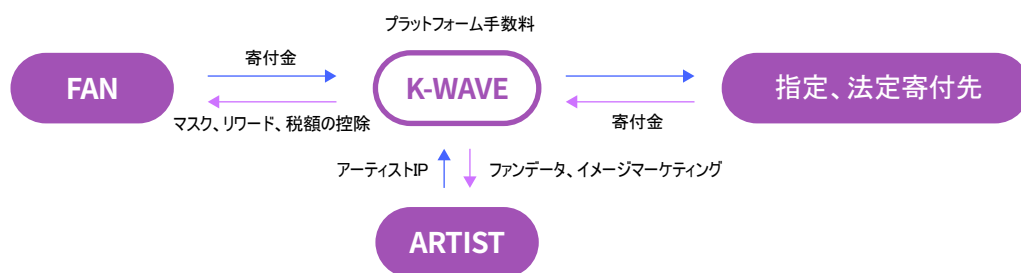
ターゲット層はアーティストを通じて善良な影響力を行使し、適切な見返りが欲しいファンや指定、法定寄付先団体のうち、寄付が伸び悩む団体を指定します。

これにより、FanTokはプラットフォーム手数料、ファンは寄付に対するリワード(1on1のメッセージや直筆の手紙など)、アーティストはイメージアップや話題作りというメリットが得られます。

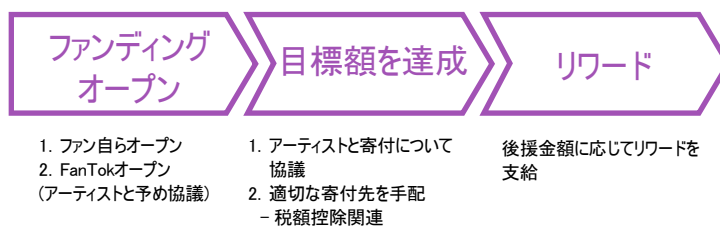
アーティストのクラウドファンディングはファン自らオープンしたりFanTokでオープンし、ファンディングの形式はAll or Nothing形式を取ります。目標金額を達成すれば寄付を実施し、特別なリワードがもらえるのに対し、未達の場合は寄付、リワードの提供を行わない制度です。

見返り(リワード)の例示 - 最低寄付額20,000ウォン

- 1) マスク(アーティストの名前×寄付先団体名をプリント)
- 2) K-WAVE内でアーティストの1on1メッセージ1カ月利用券
- 3) 1カ月後、1on1メッセージを追加利用する場合、月4,500ウォン



### FanTokファンディングとグローバルコマースとの同時連携案の例



\* ファンディングの形式はAll or Nothing方式。目標金額で決まり、目標金額に到達しなければ中止。中止の場合、寄付及びリワードの提供はなし。

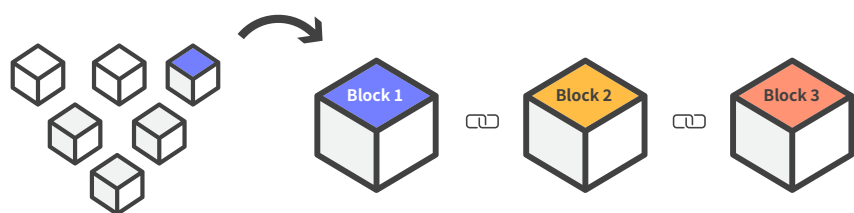
### 1. ブロックチェーン技術の概念と特長

#### 1) ブロックチェーン技術の概念と特長

ブロックチェーン技術を活用した資産のトークン化を分析するためには、まずブロックチェーン技術についての理解が先行されるべきです。

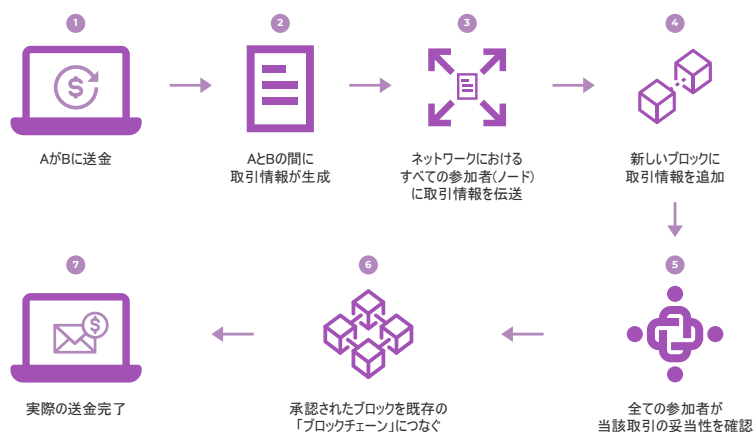
a. ブロックチェーンは取引情報がブロックに記録され、時系列で無限につながるもの

- ・ブロック(block): 特定の時間単位ですべての取引情報を記録したブロックを生成
- ・ハッシュ(hash): 前後のブロックをつなぐコード
- ・ブロックチェーン(Block Chain): ハッシュを基準にブロック同士をつなぎ、時系列でチェーンを形成
  - ブロックが時系列で一定につながるため、特定の取引がいつ行われたのか特定できる。



b. P2Pネットワークを活用し、リアルタイムで同期を取るデジタル分散型台帳を実現

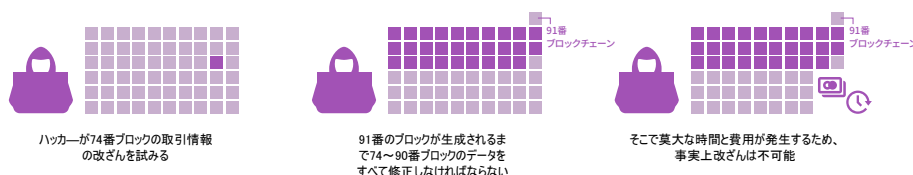
- ・ [P2Pネットワーク] システムで発生するデータの変動が中央サーバーによって一括で統制されず、ネットワークの参加者(ノード)のパソコンに個別的に記録
- ・ [分散型台帳] ネットワークの参加者たちが取引情報を記録した台帳(元帳)を各自のパソコンに分散された形で個別的に保管
  - ・ 新規取引が発生する度にその情報がネットワークを通して分散された台帳に寄せられ、自動的に修正されることで分散台帳の内容に常に同一にキープ



### c. データの改ざんが不可能

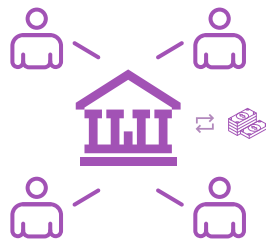
- ・ 過去の取引記録を修正するためには、その取引記録が書き込まれたブロックをはじめ、その後続くブロックを全部修正しなければならない、こうした作業をネットワークの参加者(ノード)たちの分散台帳全体で実施しなければならない
  - 時系列でブロックをつないで帳簿を作成するのと、その帳簿をすべての参加者が分散して所有することによってデータの改ざんを難しくする
- ・ 現在としては、スーパーコンピューター数百台を動員してもハッキングでブロックチェーン技術の分散台帳を改ざんするのは技術的に無理

#### ブロックチェーンのハッキングが困難な理由

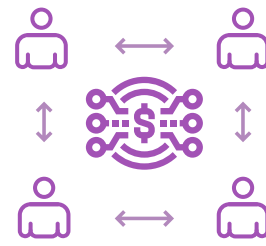


### d. 公認された第三者なしでもブロックチェーン技術で信頼性を確保

- ・ 従来は取引情報の記録に対する信頼性を確保するため、公認された第三者を活用していた。しかし、その第三者の信頼性にトラブルが発生した場合、取引記録システム全体が深刻なダメージを受ける単一障害点(single point of failure)\*の問題が発生しうる。
  - ・ 一方、ブロックチェーン方式では公認された第三者なしでも取引記録の信頼性を確保できる。
    - 公認された第三者の代わりにネットワークの参加者たちが取引情報の検証・記録・保管を行うため、単一障害点のトラブルは発生しない。



従来の中央集中型金融取引



ブロックチェーンを活用した金融取引

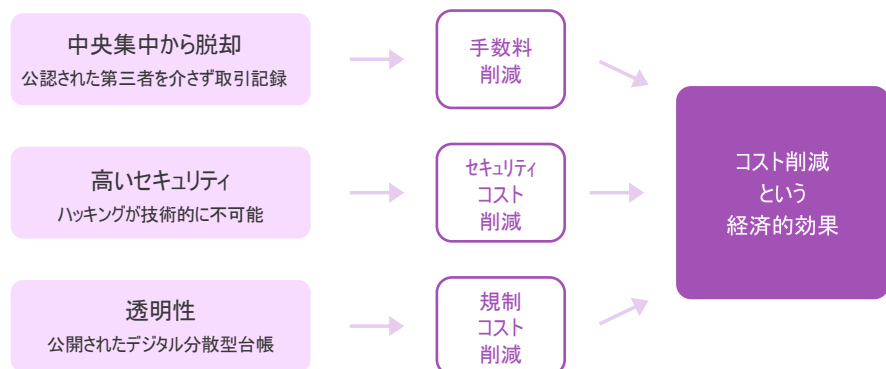
### e. ブロックチェーン技術の特長

- ・ 技術面の特長: 中央集中からの脱却、高いセキュリティ、透明性
  - [中央集中からの脱却] 公認された第三者なしで取引の検証・記録・保管が可能
  - [高いセキュリティ] ネットワークの演算能力を踏まえると、ハッキングは技術的に不可能
  - [透明性] 公開されたデジタル分散台帳で取引記録の透明性を確保
- ・ 経済面でのコスト削減効果
  - 中央集中からの脱却により、公認された第三者に支払う手数料が不要になる
  - 単一障害点トラブル対策やハッキング防止のためのセキュリティコストの削減
  - 取引記録の透明性を確保するための規制コストの削減

ブロックチェーン技術のコスト削減効果

区分	公認認証システム	ブロックチェーンシステム
Active Xのインストール	必要	不要
認証書の保管	ユーザーの記録媒体に保管	(個人情報なしに)ブロックチェーンに保管
コスト	1個当たり4,400ウォン	1個当たり20～30ウォン

ブロックチェーン技術の特長



## 2. ブロックチェーンを適用したプラットフォームの開発

### 1) プラットフォーム・エコシステムの透明性確保

ネットワークに記録されたデータの改ざんが根本的に不可能なブロックチェーン技術は、FanTokプラットフォーム・エコシステムの透明性をほぼ完璧に保障します。

他のブロックチェーンネットワークと同様、K-WAVEブロックに記録された情報は、誰でも確認でき、目的の取引記録をトレース(追跡)できます。

プラットフォームにおける主な行為が一般に公開されることで、ファンは自分の努力が消えてしまうのではないかとという疑念を抱かずプラットフォームを利用できます。これで、自分のスターを応援することへの誇りやプラットフォーム・エコシステムへの信頼感が生まれるでしょう。

こうした信頼感に裏打ちされれば、K-WAVEプラットフォーム・エコシステムのプレイヤーはより一層自分の役割を果たしたり、貢献するために頑張り、そうした努力はファンやスター、そしてプラットフォーム・エコシステム全体の共同の利益として還元されるでしょう。

ファンの参加はエンタメ産業において何より重要な要素です。

スターと呼ばれる「アーティスト」のイメージや認知度こそがこの産業における資産であるため、一般的な商行為、つまりモノやサービスがやりとりされる市場とはその特性が大いに異なります。

スターとファン、つまりヒトとヒトがつながり、その絆が商品の主体となる市場の特性から「アーティスト」、ファン、そしてコンテンツプロバイダー(所属事務所)間の信頼感は、エンタメ事業を営むうえで最も重要な要素であり、時々ファンの間で大変ナーバスな問題となることもあります。

アーティストとファン、そしてアーティストを支援する事務所の信頼関係が損なわれると、急激なイメージダウンや人気の下落につながることもあり、それは事務所とアーティスト間の信頼関係に亀裂をもたらすことで、アーティストが事務所を離れてしまうことも度々あります。

また、投資家と事務所の信頼関係、広告スポンサーと事務所の信頼関係などもエンタメ事業を展開する上で非常に重要な要素です。そこで、FanTokはエンタメ産業にブロックチェーン技術を導入し、関わる全てのプレイヤーの信頼関係をより強固なものにして、これまで業界が抱えていた情報格差のリスクなどを低減、全てのプレイヤーに満足してもらえる風土づくりに大きく貢献できると思われれます。

## 2) 参加に見合った見返りと評価

K-WAVEがブロックチェーン技術を導入するもう一つの理由は、プラットフォーム・エコシステムを構成する全てのプレイヤーにそれぞれの努力に見合った見返りが提供できるためである。

ブロックチェーン技術を活用すれば、当該プラットフォーム・エコシステムに参加するプレイヤーがエコシステムに貢献する全ての活動を確認でき、これはK-WAVEのブロックに記録され、予め約束されたスマートコントラクト・システムで各プレイヤーの努力を自動で認知、処理することで公正な見返りを提供することができます。

こうした公正な見返りの仕組みが軌道に乗れば、プレイヤーたちは努力や関心への見返りとして経済的な利益が伴ってくるため、自発的に自分の時間や労力をプラットフォーム・エコシステムのために使い、その中で持続的な活動をする動力を得られます。

こうした努力に見合った見返りと評価は、プラットフォーム・エコシステムの中で自分が応援するスターのためのコンテンツの消費や商品の購入といった消費につながります。

グッズやプラットフォームが提供するサービスの購入額の一部をポイントとして貯めたり、コミュニティへの出席チェック(1日1回起動)、コンテンツや製品レビューの作成、またはイベント参加に対する見返りとしてトークンをゲット、貯まったトークンをまた当該製品やサービスの購入に使うエコシステムがその一例です。

現在、多くのトークンエコシステムでこのモデルが功を奏しており、ファンの参加や貢献が欠かせないエンタメ産業でこうした取り組みはますます威力を発揮すると思われます。

ファンのスターへの愛情や関心は好循環のプラットフォーム経済を活性化し、持続的にコミュニティとエコシステムが成長する結果につながるでしょう。

## K-WAVE Token Economy

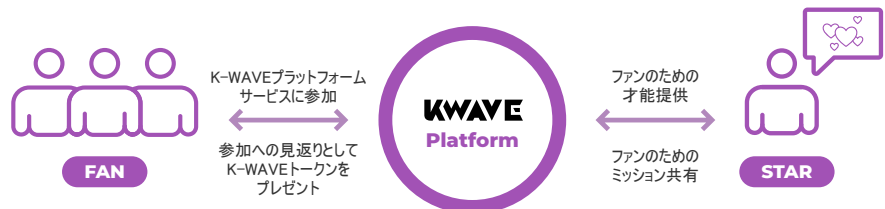
### 1. K-WAVEトークンの概念

K-WAVEトークンは、FanTokプラットフォームで使われ、そのエコシステムをつなぐERC20基盤のユーティリティ・トークンです。

K-WAVEトークンはプラットフォームにおける活動、例えばプラットフォームサービスへの積極的な参加やコミュニティ活動、プラットフォームとつながるスターのプロモーション活動及びプラットフォーム広告など、K-WAVEエコシステムにおける活動への見返りとしてゲットでき、そのトークンはプラットフォームにおけるコンテンツの購入やデジタルアイテムの購入、スターの私物オークション、好きなスターを応援するコンテンツの購入やプラットフォームで提供するサービスの決済手段として使用できます。

K-WAVEチームは、トークンエコシステムにおけるK-WAVEトークンの使い道を広げ、実際使用する際、追加特典やメリットを与える仕組みを設計し、持続的にアップデートすることで、K-WAVEトークンの価値を保ち、積極的な提携や新規サービス、アイテムの開発によってトークンの使い道を広げ、トークンエコノミーのより一層の成長を促す方針です。

K-WAVEトークンの概念と獲得



## 2. K-WAVEトークンの使途及び獲得

### ・ 願い事をリクエスト

ライブ配信を控えた芸能人にその番組でやってほしいことを願い事(リクエスト)として投稿、投票で上位にランクインした願い事を芸能人が選び、その番組で叶える方式です。願い事の投稿や投票などにコインが活用され、今後はライブ配信なしでも芸能人に依頼してリクエストに応える予定です。

- a. K-WAVEトークンを保有した会員の参加を優遇
- b. K-WAVEトークンの保有数に応じたハートの追加プレゼント
- c. トークンでハートアイテムを購入
- d. 選ばれたWishへの見返しとしてトークンをプレゼント

### ・ 私はバラエティ制作局

プラットフォームが提供するシンプルかつ多彩な手法でファンがミニゲームやクイズなどのコンテンツをアプリ内で作成し、他のファンはそれを体験します。コンテンツを作成して、他のユーザーが使った場合、作成者には特典が与えられます。また、ゲームの管理は作成したファン自ら行い、その見返しとしてFanTokトークンをゲットできます。

- a. ゲーム、クイズなどコンテンツ作りへの見返しとしてトークンを獲得
- b. ゲームの中に広告などを掲載することでゲーム開発による収益が得られる構造
- c. コンテンツを制作する際、トークンを使って制作アイテムを購入

### ・ Merchandise

オリジナルグッズでファンのレベルに応じたキットのランダムボックスを販売します。さらに、願い事を叶えるイベントと連動し、ライブ配信の番組のコンセプトにマッチするリミテッドグッズを発売します。

- a. ハート及びトークンでグッズの購入が可能
- b. ハート及びトークンでスペシャルグッズの制作及び購入が可能
- c. K-WAVEトークンの保有数に応じてVIP資格を付与



## ・K WAVEギャラリー

『K WAVE』のイメージや映像を活用し、見ごたえのあるAll star Online Galleryを構築、XR技術を駆使して360度ビューイングアングルのバーチャルギャラリーを構成し、まるで展示会を見ているような感覚で演出します。

- a. K-WAVEトークンでスペシャル展示会の入場券を購入可能
- b. スターのサイン入りイメージをトークンで購入可能

## ・Cloud Funding

ファンはクラウドファンディングでアーティストの活動に直接影響力を行使し、従来とは異なるスペシャルな見返りをFanTokを通じて獲得します。

- a. ハートまたはトークンによる寄付が可能
- b. 寄付へのリワードを提供

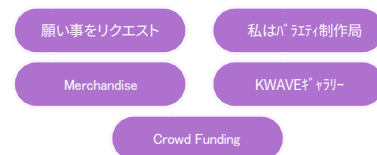
### トークンユーティリティのまとめ

#### トークンのゲット方法



- エコシステムに対する貢献への見返り

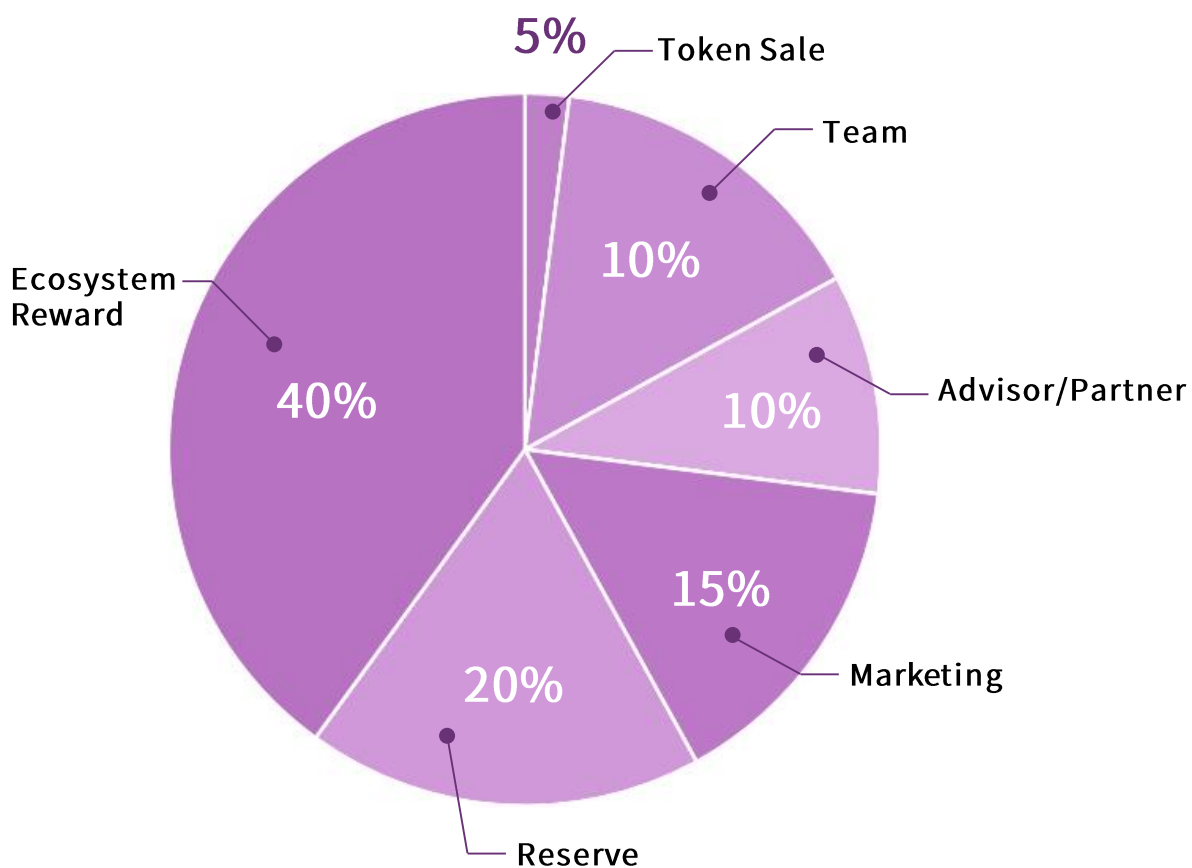
#### トークンの使い道



- エコシステムの活性化のために使用

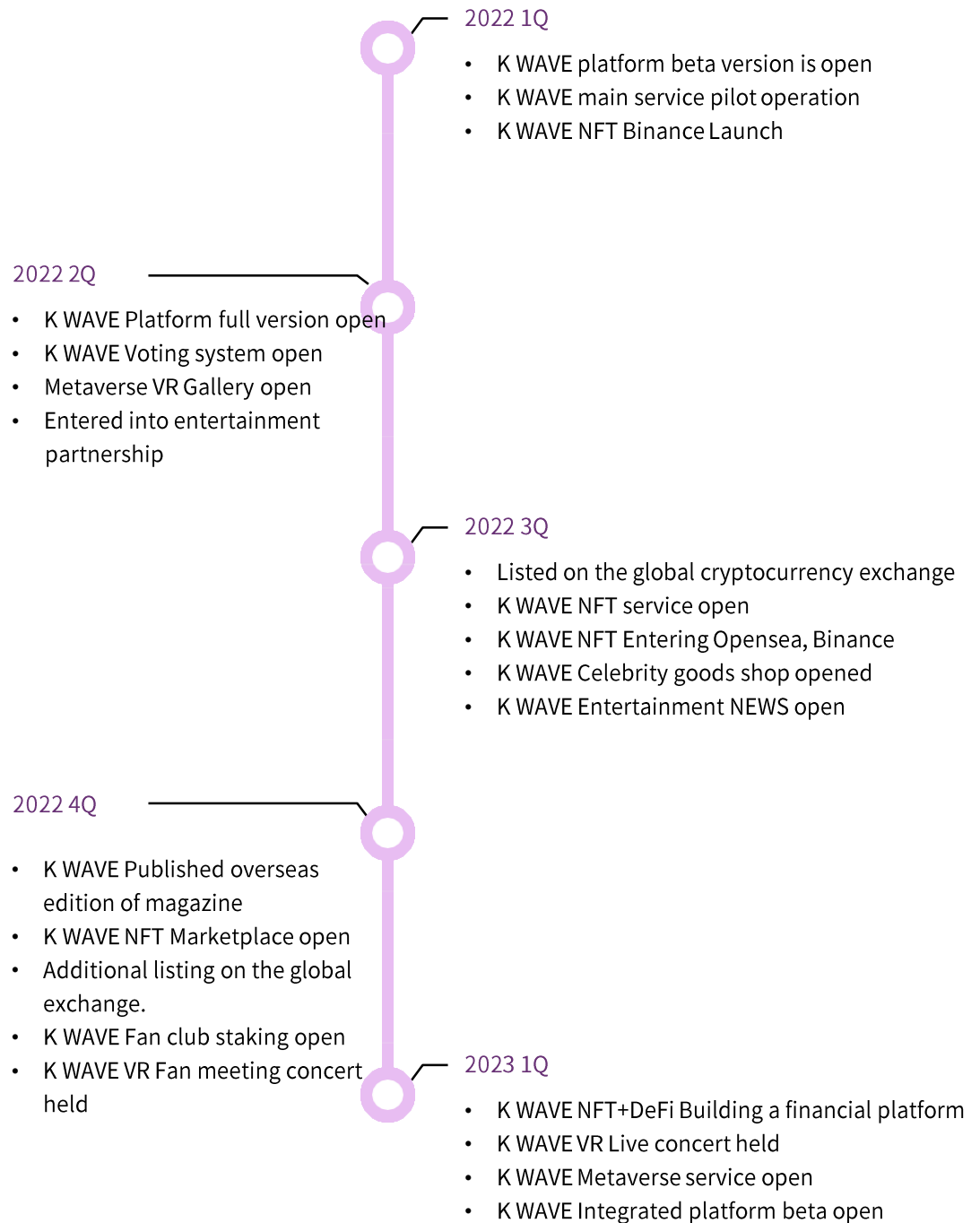
### 3. K WAVE Token Issue & Distribution

- a. Name Of Token : K WAVE
- b. Token Symbol : KWAVE
- c. Token Protocol : ERC-20
- d. Total Issue : 3,000,000,000
- e. Token Distribution :
  - Team : 10%
  - Advisor/Partner : 10%
  - Marketing : 15%
  - Reserve : 20%
  - Ecosystem Reward : 40%
  - Token Sale : 5%



# Roadmap

# 6



# Team

# 7



**Richard Yoon** President / CEO

- HANYOU KOREA CEO
- IPSL Limited Co-founder
- ANIVERSE Project Advisor
- DGAMES Co-founder
- Korea Blockchain Contents Association Advisor
- Korea Mobile Game Association China President



**Ethan Park** Director / COO

- YESKIN IT Division Director
- Knowlworks Strategic Planning Director
- Mining Star Co., Ltd. CEO
- KOREAMCN Co., Ltd. Director
- HANYOU KOREA General Manager
- GNE Inc. International Sales Dept General Manager



**Jenny Jang** Director / CFO

- Present – Kairos CEO
- 10 Years of Overseas Business & Marketing Experience
- Jeju University of MBA
- Shenzhen University in China



**Scott Oh** Director / CTO

- Supercompany Co., Ltd. CEO
- Megaholdings Co., Ltd. Co-Founder
- BND Mobile Co., Ltd. Director
- GGSOFT Co., Ltd. Director



**Luke Lee** Director / CBO

- NOKNOK, Inc Producing Director
- Webzen, Inc Dev PM
- NGNTsoft, Inc Business Director
- TubaN Brand Business General Manager
- Centillion SB, Inc CEO



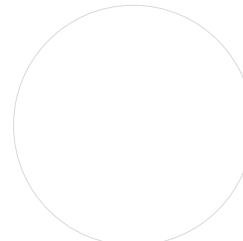
**Heenam Chae** Director / CMO

- VINSKOREA Co. CEO
- MGTRADE Co. CEO
- CLICKZOA Co. CEO
- BIZENITH Co. CEO
- Alibaba.com Korea team Advisor



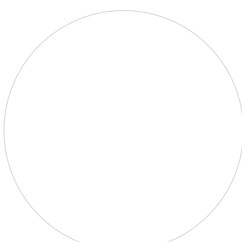
**TaeYoon Kim** Director / CIO

- Prime Play CEO
- Prime Ad CEO
- Utopia Director
- Sporive Sales Planning & Consulting
- MK Sales Planning & Consulting



**Heonho Jung**

- The Live Co., Ltd CEO
- Live K Co., Ltd CEO
- Korea MCN Co., Ltd CEO



**Gihyeong Jun**

- TubaN Head of Digital Traffic Business Division
- Mr. Games Co., Ltd CEO



**Doseon Lee**

- Share Times Korea Co., Ltd CEO
- Director of the National School Association Steering Committee
- Secretary General of the Guus Hiddink Foundation

# Adviser



**Steven Edelson** Senior Adviser

- MSEG & IFGDG Co-founder
- Miami Baseball Field, Yankees Stadium Convention investment and operation
- Chicago Bulls and White Sox co-owners



**Ana Saniez** Advisor

- Content Development Director
- Walt Disney Branding, Licensing
- 17 Years of Digital Transformation
- IBM 6 years experience as a social branding director



**Alex Egorov** Adviser

- 15 Years of Experience in Banking and Finance.
- National Reserve Bank Vice President
- GIFTD.tech Solution CEO



**TaeseopYoon** Adviser

- The Chosun Ilbo (Culture Section)
- Chief Editor, Deputy Editor (Entertainment)
- Judge - The Blue Dragon Awards
- Judge - SBS Supermodel Contest
- Graduated - Yonsei University



**Shaun Kim** Adviser

- Written and Composed (Over 300 songs've been published)
- Rep. Works  
Bigbang, EXID, Hot Pink, T-Ara, Wanna One, Boa, ETC...  
Aespa \_ Dream come true(2021)



**Tim Seo** Adviser

- Davox Technology CEO
- Dcoin Exchange Korea CEO
- Director of E-SPORT, Actozsoft
- General Manager CMGE Overseas BC
- GBLP Program at Huobi University in China

## 免責条項

以下の内容をご査収の上、ご利用いただきますようお願い申し上げます。  
以下の内容は本白書を読むすべての方に適用されます。K-WAVE白書(以下、「白書」という)は、作成当時(As-is)の情報を基準に作成及び提供されるため、白書に盛り込まれた内容はいずれもK-WAVEチームの裁量によっていつでも変更もしくは更新されることがあります。本白書の全ての内容は将来まで変更されないことを担保致しません。

もし、本白書の内容にご不審な点がある場合、購入前に会計士や弁護士、あるいは専門家にご相談ください。

1. 本白書の目的は、K-WAVEチームが準備を進めているK-WAVEについて情報をまとめ、紹介することにあります。本白書はK-WAVEあるいはK-WAVEチームに対する法的拘束力はなく、白書におけるいかなる文言も購読や購買、投資の提案、そして投資を強要するものではありません。

2. 本白書に記されたすべての情報や分析内容は、投資を決める根拠にはならず、いかなる投資の提言やアドバイスでもないことをご了承ください。本白書における未来計画的な一部の内容やデータは今後変更の可能性があり、正確でないこともあります。その内容に関するいかなる保障や約束もないことを予めご了承ください。

3. 役員やエージェント、従業員、契約者、販売パートナーを含むFanTokチームは、以下のような本文書に記された情報によって発生し得る直接あるいは間接的に発生するあらゆる損害に対し、一切の責任を負いかねます。:(1) 本白書に基づく契約内容の正確性及び完全性;(2) 白書の記載ミスまたは漏れ;(3) 確認されていない原因による白書の閲覧不可能;(4) 白書の使用または未使用によって発生するその他すべての損害

また、Team1は本白書に記された情報を利用し、行った意思決定によって発生し得る次の事項に対して、事前に警告したり、当該損害が予測可能である場合でも一切の責任を負いかねますので、予めご了承ください。:(1) 利益、収益、負債及びその他あらゆる金銭的損害;(2) 事業取引、事業活動、営業利益に係る活動を行う中で発生した収入、売上げ、資本の減少、債務、その他損失;(3) データ損失または破損;(4) 付随的または特殊な損害;(5) ロスになったり損失された管理時間;(6) 間接的あるいは必然的な損害

4. 進行中のK-WAVEの内容や市場の変化、技術の発展、そしてICOやトークンに係る規制の変化によって白書の内容が変更される場合があります。しかし、Teamは今後本白書に明記された出来事やプラットフォーム、今後の計画、推定値の変化や誤差範囲内の変更事項などについて読者に通知したり報告する義務を負わないので、ご了承ください。

5. 本白書における法律や税務、規制、金融、会計といった分野についての情報は、アドバイスではないことを予めご了承ください。K-WAVEトークンのお買い上げは、購入者にK-WAVEトークンの購入のために支払った物質的資産を含め、物質的な損失をもたらすことがあります。K-WAVEトークンをお買い上げの前に購入者は税務、規制、金融、法律などの専門家に潜在的なリスクや収益及びK-WAVEトークンの取引が招きうる結果についてご相談されることを推奨いたします。

6. 自身の法的管轄内でK-WAVEトークンの買収や処分などによって発生し得る所得税などその他課税処分及び海外両替の法的可否を判断する責任は、ひとえにK-WAVEトークンの購入者が負うことになります。予めご了承ください。

7. 白書の出版・配布が禁止されている国での本白書の出版・配布を禁じております。本白書における情報は、規制当局のいかなる検証や認可も受けておらず、法律に触れるいかなる行為もK-WAVEチームに効力を有しません。本白書の出版・配布がその発行された国のすべての規制を遵守していることを保障するものではありません。

8. K-WAVEについての公式資料は本白書の韓国語版です。本白書は他言語に翻訳されることがあり、将来の購入者及び従来からの購入者などと口頭あるいは書面でコミュニケーションをするうえで使われることがあります。その中で、一部の情報を誤解したり、間違って解釈したり損失されることがあります。従って、こうした代替的なコミュニケーションの正確度を保障できないことを予めご了承ください。こうした不正確なコミュニケーションが発生した場合、韓国語で作成された本公式白書の情報が優先されません。

9. 白書に記されたすべての内容に係る著作権は保護の対象になります。個人的な用途やその他所有権の告知に係る事項がある場合のみ、白書の個別セクションをダウンロードしたり、印刷することができます。FanTokチームの書面による事前許可を得ずに本白書の全体あるいは一部を複製したり、電磁的手段または他の方式で複製したり、公共または商業的目的で修正、リンク設定、使用することはできません。

## 投資に伴うリスク

K-WAVEチームは購入者にFanTokトークンの購入代金に相当する損失を被りかねないリスクを始め、様々な種類のリスクを告知しております。但し、以下のリスクや不確実性に係る情報の正確性を担保するものではありません。

購入者はK-WAVEトークンを売買及び保有することで、明らかにK-WAVEトークンをいかなる保障もない現状のままのリスクを認知して購入することに同意したものとみなされます。

1. ブロックチェーンに係るリスク: ブロックチェーンシステムのトラフィック混雑によって取引の処理が遅れたり、取引が無効になることがあります。特に、K-WAVEトークンの発行や分配を担当するスマート契約はイーサリアムのブロックチェーン技術に基づいております。イーサリアム・プロトコルは弱点や脆弱性を抱えている可能性があり、FanTokトークンを損失するバグをはじめ、各種のバグが発生する可能性があります。また、こうしたイーサリアムのブロックチェーンのトラブルによって、K-WAVEチーム及びK-WAVEトークン購入者が物質的な被害が被る恐れがあります。

2. 個人情報に係るリスク: ユーザーの個人情報はK-WAVEトークン購入者のデジタルウォレットに入っているK-WAVEトークンの分配や統制を行ううえで必要です。従って、個人情報が漏洩する場合、購入者のデジタルウォレットに入っていたK-WAVEトークンの情報が漏洩する可能性があります。さらに、購入者の個人情報の漏洩によって第三者が購入者のデジタルウォレットの中を覗き、K-WAVEトークンを盗む恐れもあります。

3. セキュリティに係るリスク: 他の仮想通貨と同様、イーサリアムは「二重支払い攻撃」または「51%攻撃」と言ったマイニングツールへの攻撃に脆弱性を抱えています。ハッキング集団や悪意のある集団が上記のような手口でK-WAVEチームまたはK-WAVEトークンを攻撃することができ、こうしたブロックチェーンへのハッキングが成功する場合、K-WAVEトークン取引やK-WAVEトークンに大きなダメージを与える場合があります。