
VIPSTARCOIN

中期アクションプラン
- Aiming for the Stars -



350万人の現物取引参加者の内、主な投資家層は20代-30代。預かり資産の大部分は少額であり、(特に現状知名度が低いコインは)投機のイメージが強いと考えられる

国内仮想通貨取引状況(現物)

年代	人数	全体に占める割合
10代	15,000名	0.53%
20代	807,000名	28.78%
30代	960,000名	34.24%
40代	630,000名	22.47%
50代	280,000名	9.99%
60代	89,000名	3.17%
70代	21,000名	0.75%
80代以上	2,000名	0.07%
合計	3,500,000名	

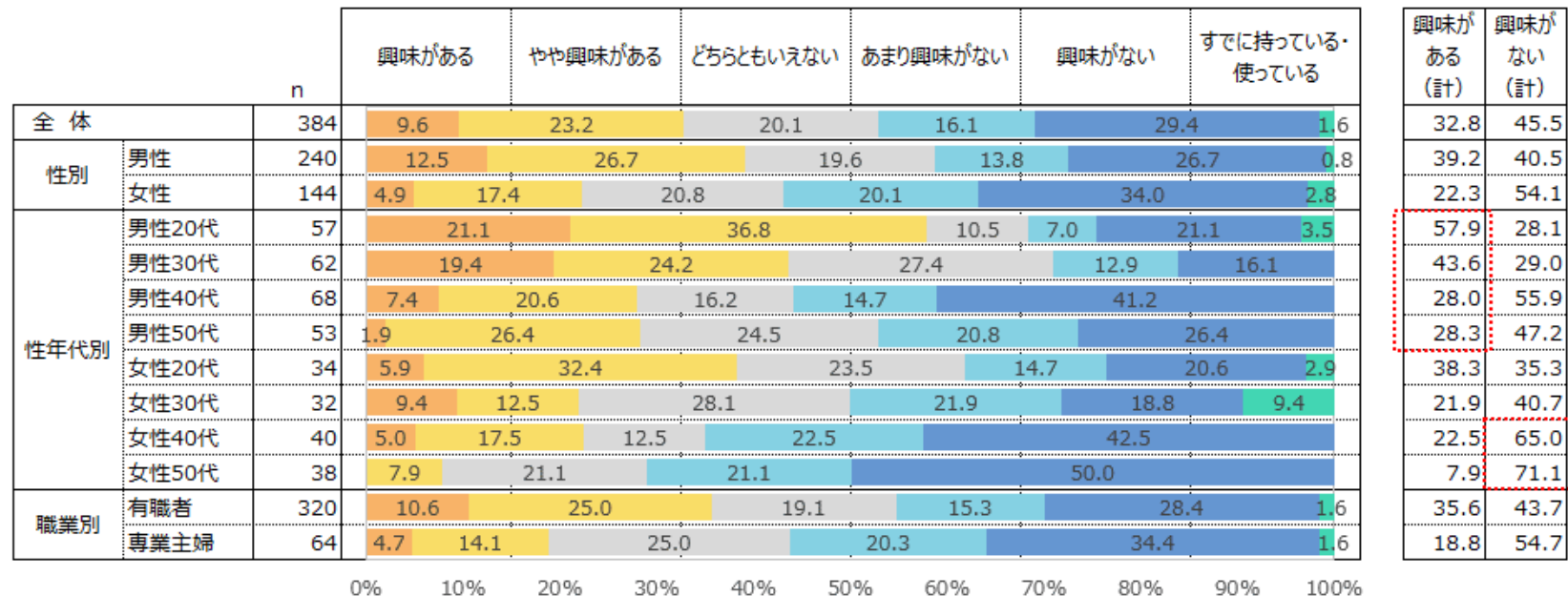
預かり資産の分布

価格帯	合計	全体に占める割合
10万円未満	1,251,830口座	77.16%
10万円～50万円未満	230,374口座	14.20%
50万円～100万円未満	61,373口座	3.78%
100万円～500万円未満	64,867口座	4.00%
500万円～1,000万円未満	8,071口座	0.50%
1,000万円～1億円未満	5,560口座	0.34%
1億円以上	268口座	0.02%

特に男性の仮想通貨投資への興味は女性比で強い。20-30代男性、20代女性が比較的新規投資家(ホルダー／ユーザー)になる可能性が高い

■仮想通貨の保有・使用に興味がある・ややある 32.8%、「すでに持っている・使っている」人は1.6% n=800

今後、仮想通貨を保有したり使用することに興味があるか聞いたところ、「興味がある」は9.6%、「やや興味がある」が23.2%で、興味ありとの回答が32.8%を占めた。反対に、「あまり興味がない」は16.1%、「興味がない」は29.4%で、興味なしとの回答は45.5%で、興味ありをやや上回った。また、「すでに持っている・使っている」と答えた人は1.6%であった。



今後の主なマーケティング対象は、上記仮想通貨投資への興味がある層に主軸を置く

仮想通貨のイメージはまだまだ悪い上、ビットコイン以外の通貨の認知度は低い

Q9.「仮想通貨」という言葉からあなたが連想する言葉を、1つだけご記入ください。（自由回答）

※モノの名前、イメージ、印象、感情など、どのような言葉でも構いません。

■連想する言葉は「ビットコイン」が最多 n=800

仮想通貨という言葉から連想する言葉を、モノの名前、イメージ、印象、感情など種類にこだわらず1つだけ回答してもらった。その結果、最も多かった回答は「ビットコイン」で、全体のおよそ4割を占めた。

また、「危険」「不安定」「怪しい」「怖い」「詐欺」といった、ネガティブなイメージのワードを上げた回答者が全体の約3割を占めており、「便利」「未来的」「革命」といった比較的ポジティブなワードを挙げた回答者はごくわずか3%にも満たなかった。

その他に少数の回答としては、「仮のお金」「電子マネー」「投機」「ネット」「ゲーム」「見えない価値」「価格変動」といったワードが挙げられた。



先述の潜在的な投資家層にリーチする上で、マーケティング戦略はこうした状況を踏まえて策定すべき

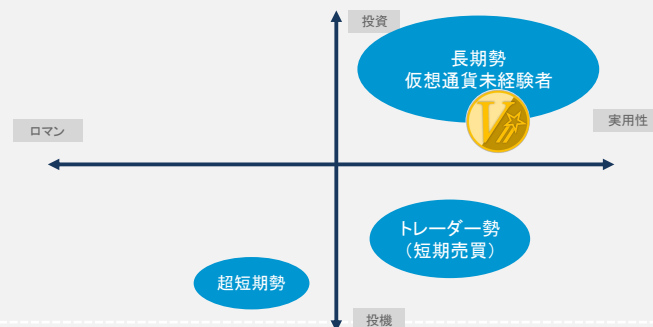
潜在的な投資家はコトに消費をする一方、仮想通貨に対するイメージは良くなく認知度も低い。 既存投資家のパイの取り合い状態。(株)VIPSは「楽しさ」を重視し、コミュニティを積極支援

Customer	<ul style="list-style-type: none"> ■ マクロ： 20代から30代はモノ消費からコト消費に移ってきた世代／興味・趣味は従来よりも多様化 ■ ミクロ： 仮想通貨は投資対象として「終わった」雰囲気／短期的値動きの激しい現状知名度の低いコインを新しい投機対象として見る動き ■ 顧客分析： <ul style="list-style-type: none"> 国内投資家（“VIP（オンラインコミュニティ）発だから購入”という層／短期～長期投資家／投機層） 海外投資家（“VIP（オンラインコミュニティ）発だから購入”という層はほぼ無し／短期～長期投資家／投機層） ■ 現状、多くの既存投資家は他の仮想通貨にも投資しており、シーソーゲーム／パイの取り合い状態
Company	<ul style="list-style-type: none"> ■ VIPPERの、VIPPERによる、VIPPERの為の会社 ■ 「楽しさ」とコミュニティを大切にするカルチャー ■ 着実なVIPS価格上昇で企業とホルダーの共栄を目指す ■ ワールドワイドスクモリティの実現には持続可能なビジネスである必要があり、会社としては利益を求める <ul style="list-style-type: none"> — 一方で、コミュニティから搾取／コミュニティを悪用する発想は無い — 方向性としては所謂「ソーシャルアントレプレナーシップ」寄り ■ 法人化した運営が、主体的にコミュニティを支援している <ul style="list-style-type: none"> — コミュニティメンバーが選んだキャラクターのグッズ作成を目的とするクラウドファンディングで目標の15万円に対して2,000%の300万円を調達
Competitor	<ul style="list-style-type: none"> ■ 他の現状知名度の低いコイン ■ NANJ, MONA ■ BTC, ETH, Ripple他メジャー通貨 <p>※他通貨を敵対視している訳ではなく、「仮想通貨投資家の投資対象候補」として列挙しています。他の仮想通貨も、共に仮想通貨を盛り上げて行く仲間だと認識しています</p>

日本人口の3%未満である仮想通貨投資家中、更に小さいパイである現状知名度が低いコイン間のシェア争いから脱し、「楽しさを、買おう。」を訴求し新規投資家の開拓に注力

Segmentation

- 仮想通貨を買う人は投資家層と投機家層に分かれる
- また、「今後化ける」銘柄を見る層と、「実際に使える」通貨を選ぶ層に分かれる



Targeting

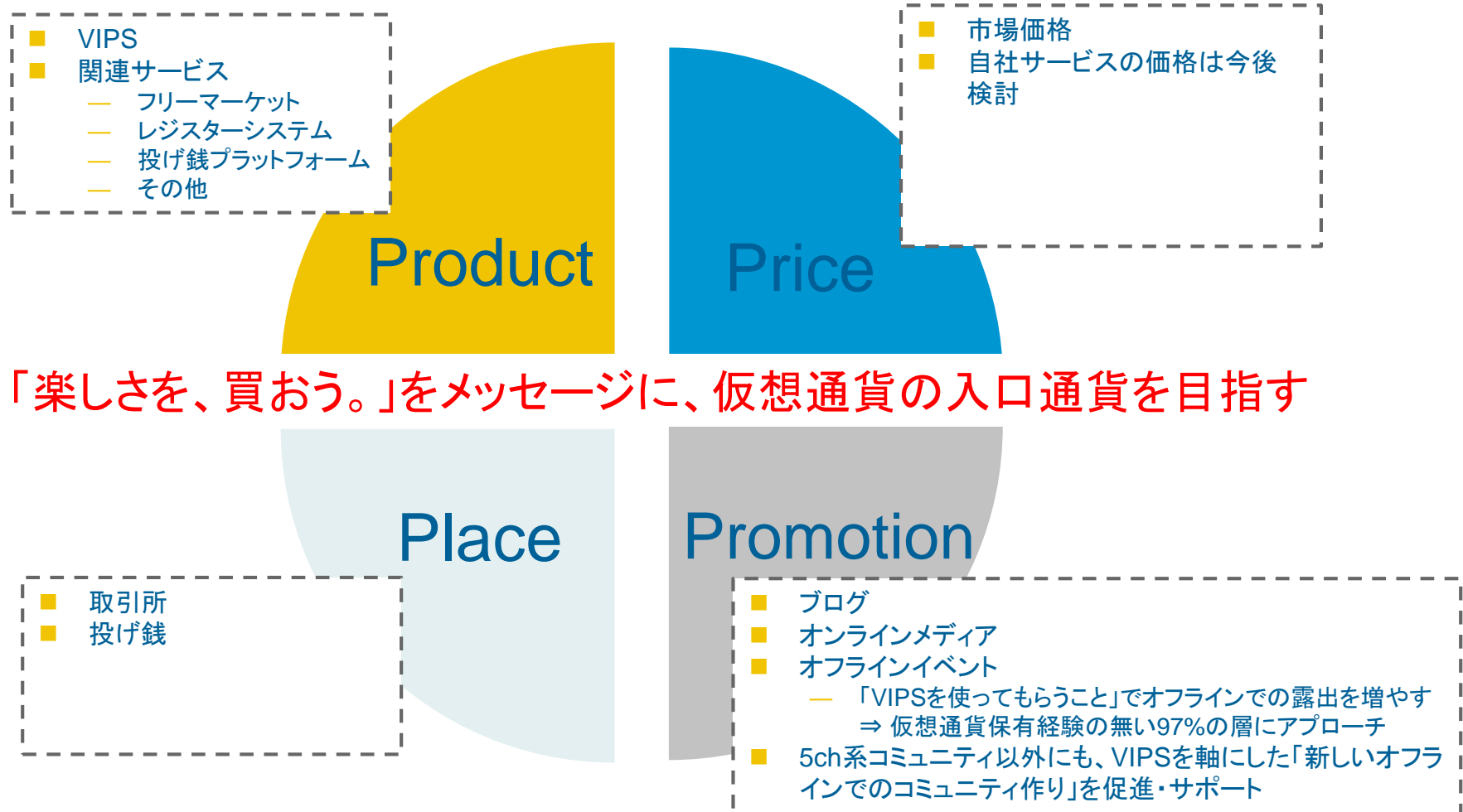
- 現状の仮想通貨の普及率に鑑み、最大のマーケットは「仮想通貨に興味があるものの、これまで仮想通貨を購入した事の無い層」
 - 350万人の現物取引人口(前頁記載)／1億2,649万人(日本人口)＝約2.7%
 - 仮想通貨はまだまだ普及のポテンシャルがある
- 足元までの仮想通貨のイメージ(値動きが激しい・ギャンブル・怪しい)に鑑みると、新規投資家層は投資(ギャンブルではない)になり、信頼できる企業が付いた、特に明確な用途がある通貨を選好すると考えられる

Positioning

- 使って楽しい、貰って楽しい、ホールドして楽しい着実に成長していく仮想通貨
- 実需に裏打ちされた価格上昇
 - ただの投機ではないという点でユニーク
- (株)VIPSTARによる積極的なコミュニティ支援

注： 日本の人口は総務省統計局による

VIPS利用可能場所を広げていく開発を進めるとともに、オンライン・オフラインを交えた広告・マーケティングを行う。パイの取り合いでは先が無い為、新規ユーザーを取り込む



「楽しさを、買おう。」をメッセージに、仮想通貨の入口通貨を目指す

各種オフラインイベントの実施並びに参加を通じてこれまで仮想通貨を知らなかった層へのVIPSの認知度向上を図る



リアルイベントの主催／共催／協賛

- (株)VIPSTAR主催のイベントを通じ、VIPSユーザー基盤を拡大
- QRコード決済並びにモバイル／オンラインウォレットの機能を活かす事の出来るイベントへの営業・マーケティングを通じてVIPS普及を目指す



投げ銭プラットフォームの普及

- 制作物へのVIPSアイコン並びに製作者QRコード掲載
 - VIPSTARからのスポンサリングの可能性
 - VIPSサポーターとしての広報による認知度向上



同人イベントへの進出

- サークルの課題
 - 販売時間
 - 現金の授受
 - 予約確認
- VIPS決済導入のメリット
 - ワンタッチ決済
 - VIPS優先レーン導入によるワンタッチ決済ユーザー増加
 - 列管理の手間が減少
 - 更なる販売時間短縮

注： 上記画像はイベントのイメージ図です

「楽しさを、買おう。」というビジョンの下、各ステークホルダーがお互いの「楽しさ」を高めあう仕組みがVIPSの価値の源泉。アクション・プランはこのエコ・システムを前提とする



各ステークホルダー向けの施策に順次取り組み、VIPSの価値向上並びに多くの人々の「楽しさ」を仲介する仮想通貨になる事を目指す



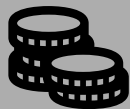
VIPSユーザーの拡大

- 広報・マーケティング・イベントの専門家起用
- ブLOGGER等メディアへの営業
- 各種オフラインイベント実施
- ライトユーザーの流入チャネルを確立
 - ー 国内取引所上場を目指す



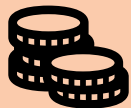
エンジニア・クリエイターの支援

- 自発的な企画／プロジェクトへの支援
- 成果物のPR強化
- 投げ銭機能の強化・拡張



VIPS決済受入パートナーの拡大

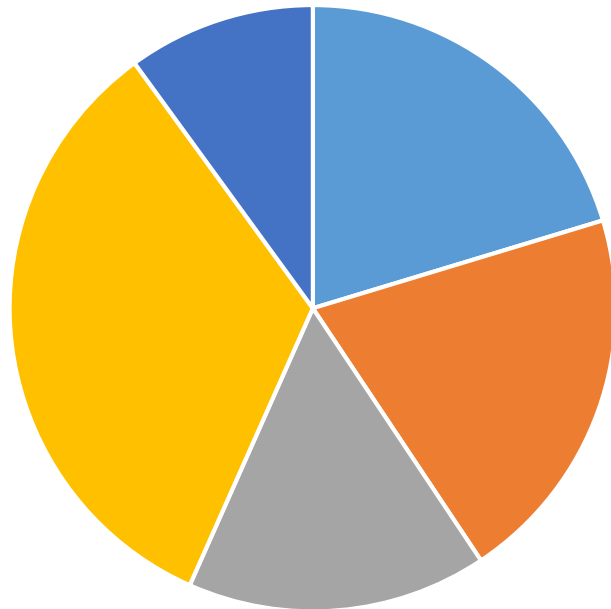
- 小売／飲食店等、リアル店舗への営業
- (株)VIPSの自社サービス開発
- 業務提携やコラボ企画の推進



投資家

- 運営保有VIPS取扱い方針の明確化
- VIPS市場の活性化
 - ー 上記施策を通じた新規投資家・ユーザーの誘致
 - ー 信頼できる取引所上場を通じた流動性の向上

運営保有VIPSは年間予算を策定し、余剰分はロックアップ。予算はエンジニアやクリエイターへの支援並びにマーケティングに活用し、VIPSの価値向上に使用



■ 開発	: 20.3%
■ マーケティング	: 20.3%
■ 各種媒体での配布	: 16.0%
■ 上場時販売	: 33.3%
■ 運営	: 10.0%

エンジニア



- スマホウォレットやQRコードリーダー等、VIPSの機能拡張やプラットフォーム強化につながる活動を支援
- ゲーム等、「楽しさ」を提供できるサービス開発者への支援
- その他、革新的／実用的なサービスやシステム開発者への支援



クリエイター

- 運営による成果物の広報
- 作品に対しての支援並びにその呼びかけ
- コミュニティとしてクリエイターの育成支援



広報・マーケティング

- 各種イベントの企画・協賛
- メディアやイベントとのコラボ



良いアイデア、作品等への支援を通じてコミュニティを活発にするとともに、投げ銭を通じた不特定の支持者が増える形で、運営主導でコミュニティを牽引・発展させていく