

Экономика японских рынков прогнозов

Бизнес-модели, токеномика поинтов и правовые механизмы

Miraima, Poyp и Gumi Inc.

Тип документа:	Комплексный аналитический отчет
Объект исследования:	Платформы социального прогнозирования (Miraima, Poyp, Gumi Inc.)
Региональный фокус:	Япония (в рамках законодательства «Пои-кацу»)
Дата актуализации:	Июль 2026 г.

1. Введение и правовой ландшафт рынка

Японский рынок прогностических приложений представляет собой уникальную экономическую экосистему, развивающуюся на стыке геймификации, краудсорсинга данных и индустрии **Пои-кацу** (Poi-katsu / ポイ活 — деятельность по накоплению и обмену бонусных баллов). В отличие от западных аналогов вроде *Polymarket*, оперирующих криптовалютами и стейблкоинами, японские стартапы вынуждены адаптировать под жесткое национальное антиигорное законодательство.

Согласно **Статье 185 Уголовного кодекса Японии**, организация азартных игр на реальные деньги строго запрещена. Любая платформа, позволяющая пользователю сделать ставку реальной валютой на исход неопределенного события с целью выигрыша материальных ценностей, признается незаконной. Чтобы обойти это ограничение, операторы внедрили юридически чистую схему «поинт-прогнозирования», где ключевым звеном выступает промежуточный цифровой актив — **внутриигровые поинты (баллы)**.

Юридический прецедент «Пои-кацу»:

Поинты, выдаваемые пользователям бесплатно за совершение целевых действий, не признаются «имуществом, подлежащим проигрышу» в трактовке УК Японии, так как пользователь не несет первоначальных финансовых затрат из собственного кармана. Конвертация баллов в реальные блага происходит через независимых сторонних агрегаторов, что юридически изолирует оператора приложения от процесса прямой выдачи денег за ставки.

2. Профили операторов систем

A. Miraima

Платформа, ориентированная на массовый потребительский сектор (B2C). Она фокусируется на повседневных темах, поп-культуре, спорте и развлечениях. Основная цель — максимальное удержание пользователей (Retention) и генерация рекламного трафика. Игры строятся вокруг простых вопросов, не требующих глубокой экспертизы от участников.

B. Роур

Стартап с выраженным научно-аналитическим и B2B уклоном. Роур позиционирует себя как платформа «краудсорсинга мудрости толпы». Темы прогнозов включают в себя макроэкономические показатели, климатические изменения, корпоративную отчетность и технологические тренды. Роур продает агрегированные аналитические данные корпоративным клиентам.

C. Gumi Inc. (Проект Yosokuhiroba)

Инициатива крупного японского издателя мобильных игр и веб-3 разработчика Gumi Inc. Проект **Yosokuhiroba** (Площадь прогнозов) интегрирован в партнерскую медиа-экосистему новостного агрегатора *Gunosy*. Использует синергию игровых механик (индустриальный опыт Gumi) и огромной базы лояльных читателей новостей для создания масштабного коммерческого рынка прогнозирования.

3. Полный жизненный цикл поинтов

Движение поинтов внутри платформ подчинено строгому экономическому циклу, разделенному на четыре ключевых этапа: Эмиссия, Размещение, Распределение и Клиринг.

3.1. Эмиссия

Пользователи никогда не покупают поинты за фиатную валюту (иену). Стартовый капитал формируется исключительно за счет оператора или его спонсоров. Механизмы эмиссии включают:

- **Приветственные бонусы:** Фиксированная сумма поинтов при регистрации.
- **Ежедневный вход:** Начисление баллов за удержание внимания.
- **Просмотр спонсорского контента:** Начисление поинтов за просмотр видеороликов или чтение статей (модель Offerwall).

3.2. Размещение ставок

Пользователи распределяют свои поинты по рынкам прогнозов в соответствии со своими ожиданиями. Ставка фиксируется в конкретном смарт-контракте или централизованном реестре пула до наступления события.

3.3. Внутренняя математика распределения

В зависимости от архитектуры приложения применяется одна из двух математических моделей распределения поинтов после фиксации исхода:

Модель 1: Классический Zero-Sum (Переток баллов)

Поинты проигравших пользователей безвозвратно изымаются и перераспределяются между победителями пропорционально размеру их первоначальных ставок. Оператор может взимать небольшую комиссию (Rake) в поинтах для их последующего сжигания. Формула выигрыша для успешного участника:

$$W_i = P_i + (P_i / Total_P_{win}) \times Total_P_{lose} \times (1 - k)$$

где W_i — итоговая выплата, P_i — ставка пользователя, $Total_P_{win}$ — сумма всех выигрышных ставок, $Total_P_{lose}$ — сумма всех проигранных ставок, а k — комиссия платформы.

Model 2: Спонсорский буст (Дополнительная эмиссия)

Применяется в Poyp и Gumі Inc. Если пул прогноза поддерживается коммерческим брендом, то помимо перетока баллов от проигравших, оператор добавляет в пул фиксированный объем **дополнительных спонсорских поинтов**. Это искусственно повышает математическое ожидание доходности для точных прогнозистов и стимулирует экспертов давать более качественные ответы.

3.4. Клиринг и Выход

Накопленные поинты не могут быть напрямую обналичены внутри приложения. Для реализации их ценности используется **трехсторонняя схема клиринга**:

1. Пользователь инициирует вывод поинтов из приложения (например, Poyp).
2. Приложение передает эквивалентный объем обязательств независимому оператору шлюзов обмена (крупнейший в Японии — **Dot Money** от компании CyberAgent, а также системы *Pex* или **G-Plan**).
3. Агрегатор Dot Money конвертирует поинты приложения в универсальные японские коммерческие баллы (**Amazon Gift Cards**, **PayPay Money Lite**, **LINE Pay**, **Rakuten Points**) или осуществляет банковский перевод на счет пользователя в качестве компенсации за маркетинговую активность.

4. Защита от фрода и мультиаккаунтинга

Поскольку стартовые поинты имеют реальную экономическую ценность на этапе вывода, платформы являются приоритетной мишенью для автоматизированных ботоферм и сибил-атак (Sybil Attacks). Защита выстроена на трех рубежах:

Уровень защиты	Механизм реализации	Эффективность на практике
Инфраструктурный (SMS / KYC)	Обязательная верификация через японский номер мобильного телефона. В Японии покупка SIM-карты требует предоставления паспорта или карточки резидента (Zairyu Card).	Исключает создание дешевых виртуальных ферм. Стоимость одного «живого» аккаунта для мошенника становится экономически нецелесообразной.
Экосистемный (Фильтрация шлюзов)	Агрегаторы обмена (Dot Money) ведут сквозной мониторинг платежных реквизитов. Если банковский счет или кошелек PayPay привязывается к двум разным аккаунтам приложений, оба блокируются.	Предотвращает вывод средств мошенниками, даже если им удалось обойти первичные фильтры внутри игры.
Поведенческий (AI-анализ)	Алгоритмы Roop и Miraima анализируют паттерны ставок: скорость кликов, выбор рынков, распределение долей пула. Боты обычно ставят одновременно на противоположные исходы в разных аккаунтах для хеджирования.	Выявляет скоординированные группы аккаунтов на этапе до подведения итогов рынка.
Продуктовый барьер (Gumi / Gunosy)	Уникальное решение от Gumi Inc: делать прогнозы в Yosokuhiroba могут только аккаунты, имеющие глубокую историю активности (чтение новостей, комментарии) в базовом приложении Gunosy.	Абсолютная защита. Создание «прогретого» аккаунта с историей требует колоссальных временных затрат, не окупаемых стартовыми поинтами.

5. Экономическое устройство: Финансовые потоки и Бенефициары

Несмотря на то, что для конечного пользователя участие выглядит бесплатным, система генерирует высокую маржинальность за счет внешних B2B и B2C потоков капитала.

5.1. Источники притока реальных денег (Входной денежный поток)

- **Рекламные бюджеты брендов (Sponsored Markets):** Крупные компании (например, автоконцерны или продуктовые ритейлеры) платят операторам за создание брендированных рынков прогнозов. Вместо стандартного баннера бренд запускает вопрос: *«Какая модель электромобиля станет самой продаваемой в Токио в следующем квартале?»*. Это гарантирует глубокое вовлечение пользователя в изучение продуктовой линейки.

- **Продажа аналитики и данных (Data Monetization):** Poyp агрегирует распределение ставок экспертов и обычных пользователей, формируя распределение вероятностей. Эти данные очищаются от шума и продаются хедж-фондам, маркетинговым агентствам и производственным корпорациям в качестве альтернативных данных (Alternative Data) для прогнозирования спроса.
- **Традиционная монетизация трафика (Ad Networks):** Miraima зарабатывает на programmatic-рекламе и видеороликах, которые пользователь обязан посмотреть, чтобы восстановить баланс поинтов.

5.2. Распределение выгоды (Кто и что получает)

1. Конечные пользователи (Игроки):

- *Выгода:* Финансовое вознаграждение (через конвертацию баллов в gift-карты) за счет своих интеллектуальных усилий или времени, потраченного на просмотр рекламы. Получают легальный аналог ставок без риска потери собственных денег.

2. Операторы систем (Miraima, Poyp, Gumi):

- *Выгода:* Удерживают разницу (спред) между деньгами, полученными от рекламодателей/покупателей данных, и стоимостью реальных благ, выплаченных пользователям через Dot Money. Дополнительно получают капитализацию своих платформ за счет роста пользовательской базы.

3. Корпоративные клиенты и бренды (B2B):

- *Выгода:* Рекламодатели получают на порядок более высокое внимание к бренду (CTR и Time Spent) по сравнению с баннерной рекламой. Исследовательские компании получают точнейший прогностический инструмент «мудрости толпы», превосходящий по эффективности классические фокус-группы.

6. Сравнительный анализ моделей монетизации

Для наглядности сведем архитектуру трех компаний в единую матрицу:

Параметр	Miraima	Poyp	Gumi Inc. (Yosokuhiroba)
Основной фокус	Развлечения и массовый трафик	Экспертная аналитика и B2B данные	Геймификация медиа и синергия экосистемы
Математика пула	Преимущественно Zero-Sum	Zero-Sum + Спонсорский буст	Спонсорский буст корпораций
Источник денег в системе	Рекламные сети (Ad Networks), видео-офферы	Продажа Alternative Data фондам, подписка	Спонсорские контракты Gunosy, бюджеты брендов
Метод борьбы с ботами	SMS-верификация + Поведенческий AI	SMS + жесткий лимит на вывод средств	Кросс-продуктовая валидация (аккаунт Gunosy)
Маржинальность оператора	Средняя (зависит от объемов трафика)	Высокая (уникальные аналитические данные)	Высокая (за счет минимизации стоимости привлечения клиента)

7. Заключение

Японская модель рынков прогнозов доказала свою жизнеспособность в условиях жестких регуляторных ограничений. Использование поинтов в качестве буфера между фиатными деньгами и игровыми механиками позволило Miraima, Poyp и Gumi Inc. построить устойчивые бизнес-модели. Основным драйвером долгосрочной стабильности этой индустрии выступает тот факт, что ценность собираемых данных (прогнозов) и глубина рекламного взаимодействия существенно превышают затраты на выплаты пользователям, превращая бесплатные игры в эффективные коммерческие B2B-инструменты.