

効果的な広告のためのブロックチェンや人工知能

我々は、仮想通貨で予算を立てる ICO 会社に
トラフィックを引き付けます。

目次

用語及び定義	4
ミッション及びコンセプト	6
ビジネス概要	7
我々が解決する問題	8
我々のソリューション	8
我々の価値的オファー	9
ウェブマスターのためのメリット：ウェブマスターのウォレット	10
広告主のためのメリット	12
広告ネットワークのためのメリット	12
市場の分析	13
仮想通貨市場の評価及び成長	13
仮想通貨による支払の市場	15
将来の市場展望及び規模	15
仮想通貨による支払が可能な広告プラットフォーム	15
今が理想的投資ダイナミックになっているのはなぜですか	17
2017年は、ブロックチェンが長い将来を持つことを証明します	17
規制される環境	17
低い競争率	17
大手プレイヤーの不足	17
競争	19
AB-CHAINとビットコインを受け入れる他の広告プラットフォームの競争的比較	19
大手プレイヤーよりのメリットとしてのAIとML	21
我々の戦略	22
短期目標	22
長期目標	22
製品発展の展望	22
ウェブマスターのウォレット	23
広告主のオフィス	23
広告ネットワークのAPI	24
広告ローテーションのプラットフォーム	24
人工知能	25
人工知能の働き方	25

ニューラルネットワークの機能	26
トークンの利用	28
RTB トークンの流通	28
RTB トークンの燃焼スキム	29
手数料の 50%ディスカウント	29
RTB トークンの燃焼メカニズム	29
全ての RTB トークンが燃焼されたらどうなりますか	30
ICO 会社による RTB トークン購入	30
行動企画	31
クラウドファンディングの構造	33
融資の構造	35
クラウドファンディングの日程	36
プレセール及び最初の投資家の保護	36
本クラウドファンディング	36
レート成長の際投資家の保護	36
バウンティープログラム	37
チーム	38
アドバイザー	40
スポーツ	42

用語及び定義

ウェブマスターは、広告を表示してお金を稼ぐウェブサイト又はブログの持ち主です。

広告スペースは、広告を表示するウェブサイト又はインターネットのブログです。

広告主は、ウェブマスターに広告表示を注文し、支払いをする自然人又は会社です。

広告ネットワークは、広告主と広告を表示したいウェブサイトとの間のコミュニケーションを実施する会社です。広告ネットワークの主な機能は、ウェブマスターから広告表示が可能なスペースをアグリゲートし、広告主のニーズに応じてそれを提供することです。

ICO (Initial Coin Offering)を英語から直訳すると、最初のコインオファリングという意味になります。それは公式に規制されない手続きで、新しい仮想通貨プロジェクトに資金調達方法です。通常、ベンチャー資本家や銀行から資金調達をする際に、厳正に規制される資金調達過程を使いますが、スタートアップ会社は、それを避けるために ICO のほうが使うようになりました。

フィアット（または不換紙幣）は、政府の信用を基礎としている公式なお金（例えば、米ドル、ユーロ、日本円、スターリング・ポンド、ルーブル、人民元など）です。

RTB トークンは、AB-CHAIN プラットフォームにおいて広告の売買に使われるトークンです。

クラウドファンディングは、多数の人（投資家）から資金収集によるプロジェクトやベンチャー企業の資金調達方法です。

人工知能 (Artificial Intelligence, AI)は、通常人間の特長と思われるクリエイティブな機能を実現する知的システムの特質です。

機械学習 (Machine Learning, ML)は、人工知能における課題の一つで、自習できるアルゴリズムの作成手法を研究します。

意図的行動は、ウェブサイトにおける登録、買い物など広告主が望む顧客の行動で、広告主が広告を表示する目的です。

ミッション及びコンセプト

AB-CHAIN のミッションは、予算を仮想通貨で立てる会社に対して、簡単で早くインターネットに広告を掲載する方法を与えることです。その方法は、仮想通貨をフィアットマネー¹に交換することを必要とせず、広告投資の高率を確保します。

AB-CHAIN のコンセプトは、広告キャンペーンを実施する際に AI と ML²を使って仲介者を取り除く最も技術的な広告ネットワークになることです。

¹ フィアット(または不換紙幣)は、政府の信用を基礎としているお金(例えば、米ドル、ユーロ、日本円、スター・リング・ポンド、ルーピー、人民元など)です。

² AI と ML は、それぞれ人工知能(Artificial Intelligence)と機械学習(ML)を意味します。

ビジネス概要

AB-CHAIN は、新世代の広告ネットワーク³で、広告主⁴が仮想通貨でウェブマスター⁵から広告スペースを買うので広告投資の高率を確保します。

2017 年は ICO の年でした。ICO によって資金調達ができた会社のほとんどは積極的に自社製品を開発しています。その中、また半分以上は 2018 年までに製品を公開する予定でした。その製品が市場に登場したら、広告が必要になります。

スタートアップ会社は、通常、予算の 20~30% をマーケティングや広告に費やします。実例として、次の ICO 会社は初期投資段階を終えた後、下記の予算をマーケティングや広告に使います。

KICKICO — 投資の 43% を KICKICO デベロップメント及びプロジェクトサポート（「PR & marketing for KICKICO development and project support」予算項目）へ

Revain — 投資の 45% をマーケティングへ

AdEx — 投資の 20% をマーケティングへ

LordMancer — 投資の 50% をマーケティングへ

2018 年には、仮想通貨支払が可能な 2 億ドル規模の広告市場が現れ、今後の 5 年間に毎年 120% 成長を示すと期待しています。

³ 広告ネットワークは、広告主と広告を表示したいウェブサイトとの間のコミュニケーションを実施する会社です。広告ネットワークの主な機能は、ウェブマスターから広告表示が可能なスペースをアグリゲートし、広告主のニーズに応じてそれを提供することです。

⁴ 広告主は、ウェブマスターに広告を注文し支払いをする自然人又は会社です。

⁵ ウェブマスターは、広告を表示してお金を稼ぐウェブサイト又はブログの持ち主です。

我々が解決する問題

現在、ほとんどのウェブマスターは仮想通貨を受け入れていないことが事実です。なぜかというと、新型の支払い方法を導入するために一般会社からの総合需要がまだ不充分であるからでしょう。しかし 2018 年までに、ICO によって資金調達を行っている会社がたくさん市場に登場して、それらのほとんどは仮想通貨で予算を立てます。

その資金を利用する必要があります。しかし、その資金をフィアットマネーに交換することにした会社にとって、ある意味で問題が発生します。例えば下記の問題が考えられます。

仮想通貨市場の流動性が低いため、交換する際に仮想通貨の価格が低下します。

地方自治体は仮想通貨を変換する際に税金を課します。

仮想通貨をフィアットマネーに交換する ICO 会社は業界の信用及び投資家から見た名誉を失います。

また、他のトレンドも見られます。我々の調査だけでなく、Vitalic Buterin を始め市場リーダーの意見によると、一般会社が投資の目的及び通常活動のために少量でも仮想通貨を利用しはじめています。それは、これから 5~10 年間経つたら、現在 ICO 会社の資金によって現れている市場と比較可能な大規模の市場を形成するでしょう。

我々のソリューション

AB-CHAIN は、ICO 段階にある会社又は既に ICO によって資金調達ができた会社及び仮想通貨で予算を立てる他の会社のために広告ネットワークを提供します。ネットワークにおいて会社は、仮想通貨（AB-CHAIN の RTB トークン）を利用してオンライン広告が購入できるため、フィアットマネーに交換する必要がなくなります。

我々は下記によっていずれの広告購入需要を満たすことができます：

- 自社トラフィック及びウェブマスターとの直接なコントラクト
- 他の広告ネットワークの AB-CHAIN プラットフォームへの直接な接続

- ・ 一般的なウェブマスターが仮想通貨を支払い方法として追加できるようなプラットフォームへの接続

AB-CHAIN は、仮想通貨を受け入れることだけではなく、広告表示の効率を向上させることによって、一般広告ネットワークより優勢になるために努力を尽くしています。AB-CHAIN は、表示している広告によるターゲットアクションの自動最大化のために人工知能と機械学習を利用します。そのおかげで、下記の結果が得られます。

- ・ 効率が低いプロモーションルートのフィルタリングをしてくれる仲介者が不要になります。
- ・ 上記に従って、仲介者の手数料もなくなります(通常 15~30%)。
- ・ 表示スペースを選択する際にいわゆるヒューマンファクターを取り除き、ルートの効率及び選択スピードを向上させます。
- ・ 通常あまり追及されない又は無秩序に管理される ROI と ROMI というビジネス指標を使います。

我々の価値的オファー

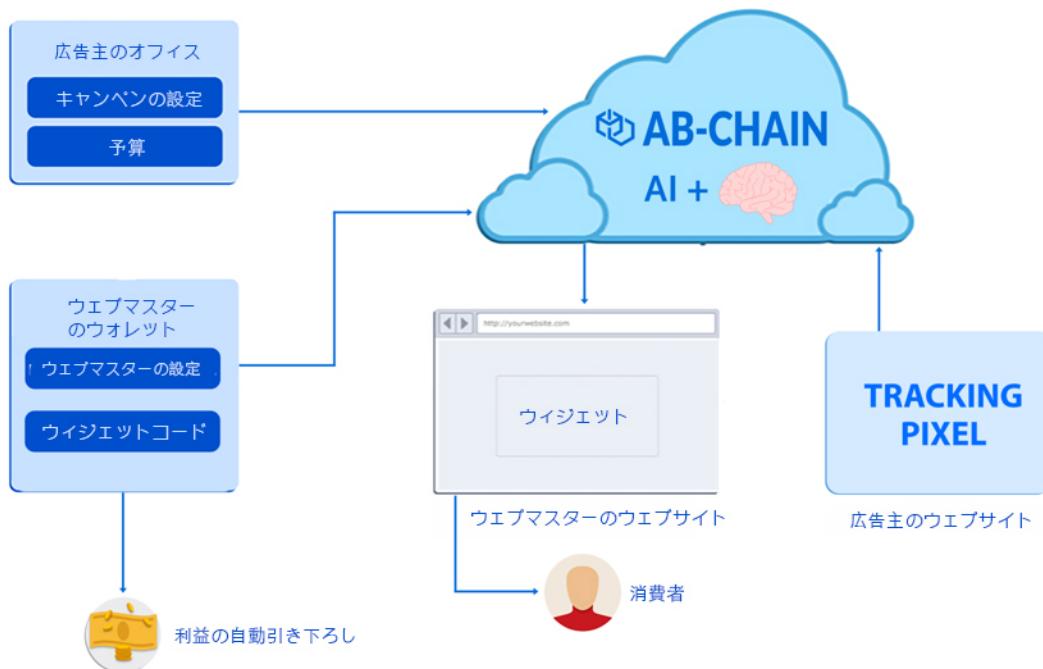
AB-CHAIN は、広告主と広告を表示するウェブサイトとの間にある仲介者を不要とし、自社の RTB トークンの導入によって広告表示の万能支払い方法を可能にします。

AB-CHAIN の枠内で、ウェブマスター、広告主、広告ネットワークという、プラットフォームを通じて広告表示プロセスの全ての参加者にメリットを提供したいと思います。

ウェブマスターのためのメリット: ウェブマスターのウォレット

ウェブマスターは一般的に仮想通貨による支払いを受け入れません。しかし広告プラットフォームは通常、50%以下の広告スペースを販売したら、残りを最低価格で売りつくしていきます。我々は、ほとんどのウェブマスターが便利なツールがあったら仮想通貨で支払いを受け入れるようになると確信しています。

それを目的に、我々は、ウェブマスターが利益を受けてより効率的に広告スペースが販売できるようなウォレットを作成することにしました。



ウォレットの可能性 :

- 仮想通貨による支払を受けさせます。
- 必要な時に、ウェブマスターがフィアットマネーを引き下ろせます。

全てのウェブマスターのためのメリット：

- ウェブマスターが複数のネットワークの広告ウィジェットを切り替える必要がなくなって、AB-CHAIN のウィジェットだけで充分広告能力が発揮できます。
- 市場の最高実例が載っている AB-CHAIN の万能ウィジェットが使えるようになります。
- 利益は自動的にウェブマスターの暗号アドレスに振り込まれます。

広告主のためのメリット

AB-CHAIN は、下記の方法によって広告主のために最適な利益を確保する予定です。

- 広告予算の効果的な使用を提案できるウェブマスターの広い選択肢を提供します。
- 広告表示のための支払いの 100%を、数百万米ドルに相当する金額でも仮想通貨で行う可能性を提供します。
- 通常仮想通貨による支払を受け入れないウェブマスターへのアクセスを提供します。
- 仮想通貨をフィアットマネーに交換する必要性をなくします。
- 人工知能と機械学習によって目標コンバージョン率を自動的に最適化します。

広告ネットワークのためのメリット

AB-CHAIN は、下記のおかげで既存の広告ネットワークのために有利なソリューションを提供する予定です。

新規 ICO 広告主によって広告ネットワークのセールスが向上するためのポテンシャル。API を使って、AB-CHAIN プラットフォームで表示された広告バンナーを、今度ウェブマスターのウェブサイトで表示するためにパートナーネットワークに輸入します。

仮想通貨も、フィアットマネー（仮想通貨は自動的にフィアットマネーに交換されます）も受け入れるペイメントシステムの提供。

市場の分析

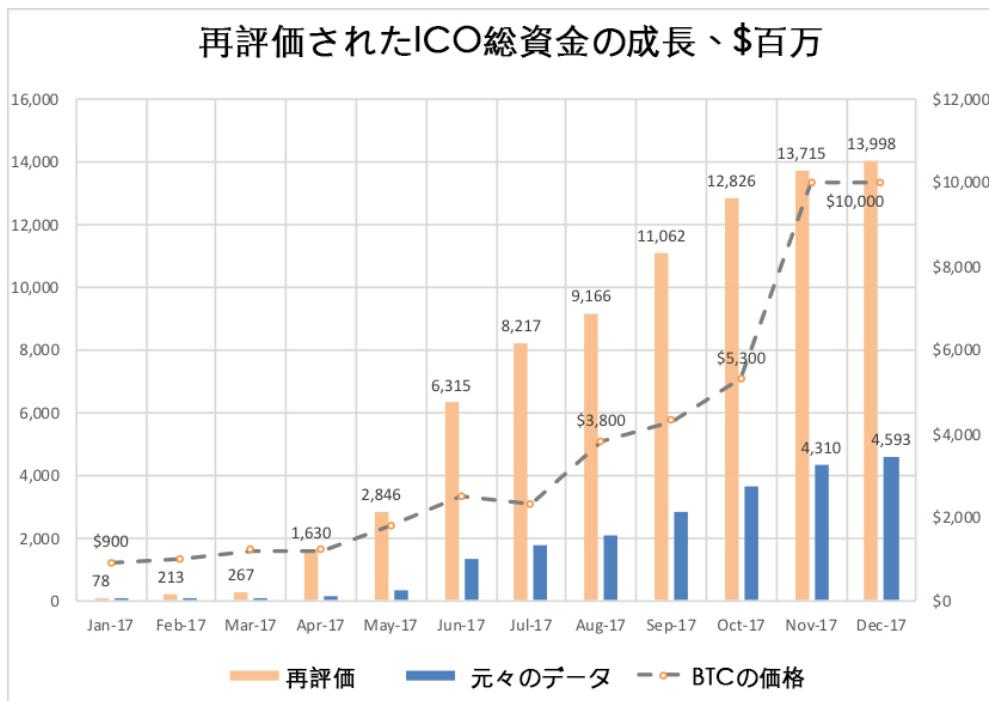
仮想通貨市場の評価及び成長

ICO の融資は、2017 年に指数関数的成長を示しました。

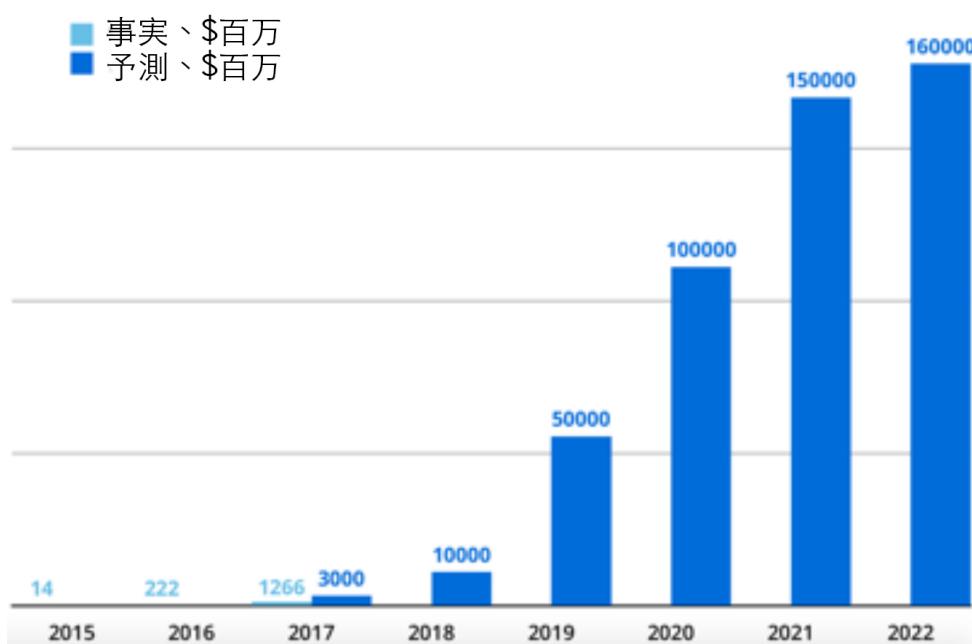
2017 年 8 月時点、ICO の融資は\$19 億に達成し、米国証券取引委員会（SEC）が ICO に関する報告書を発表して以来\$3 億の増加を示しました。SEC の発表以来、46 の新規 ICO が開始を発表し、204 の ICO が 2018 年までに開始日を決める予定でした。



2017 年後半には市場の成長が続きました。2017 年 9 月に、AB-CHAIN の分析部門は、2017 年の収集金額が\$30 億に達成することを予測しました。しかし、額面統計だけで ICO 会社が\$45 億を収集したそうです。また、仮想通貨高を考慮に入れたら、収集金額が\$100 億に達したと言えます（2018 年 1 月時点のデータ）。



ICO のための資金収集の指數関数的な増加は、市場の重大なポテンシャルを反映し、いわゆる「低ベース効果」を原因とします。我々は、2022 年までに ICO の市場が \$1200 まで成長してくると期待します。つまり、2017 年と比べたら、30 倍の年間増加となります。



仮想通貨による支払の市場

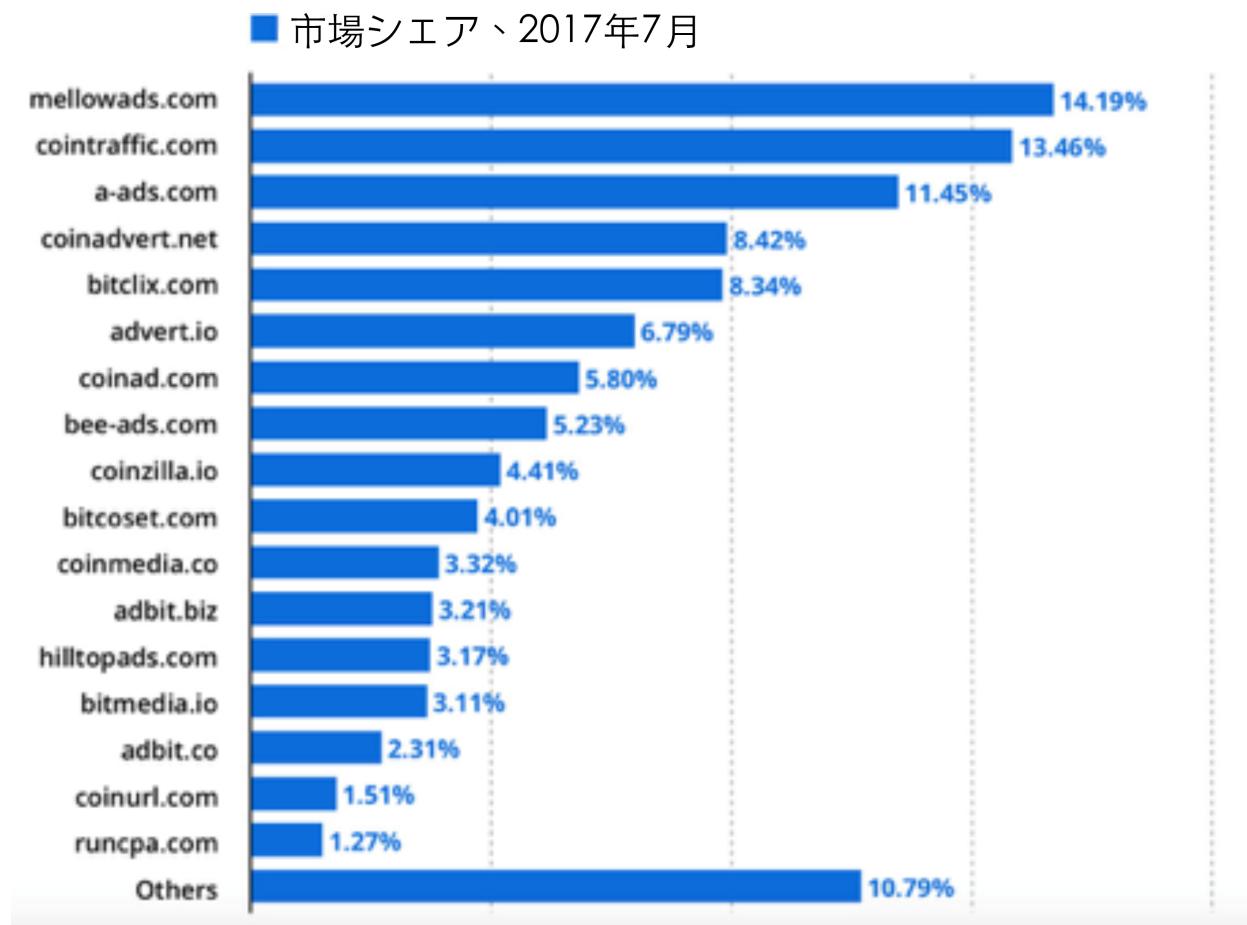
Global Benchmarking Study が調査を行う際に、世界の 27 カ国で、仮想通貨を支払方法として利用している 48 の会社を調べました。その会社の 79% は、銀行やペイメントシステムと以前から関係を持っていますが、それらを通じた支払の規模は、国際ペイメントシステム（Visa、MasterCard、UnionPay など）、携帯ウォレットなどのペイメント方法の規模と比べものにならないことが明らかになりました。

将来の市場展望及び規模

市場成長は予測しがたいものですが、[Saxo Bank のデータによると](#)、10 年後、ビットコインが通貨市場の 5 兆米ドルの一昼夜平均量の 10 % を占める可能性があるそうです。ビットコインのマーケットキャップ、つまり時価総額は 1,76 兆米ドルに達成でき、1 BTC の価格は 10 万米ドルとなります。

仮想通貨による支払が可能な広告プラットフォーム

我々のマーケティング調査によると、仮想通貨を受け入れる会社のほとんどは、匿名支払いを目指しています。



この市場はまだ規模が小さく、年間 1000 万ドルに過ぎません。将来のリーダーが、ICO によって資金調達ができた会社にも、フィアットマネーのために働いているウェブマスターにも、サービスを提供することを期待しています。前者も、後者も現在の市場にサービスをもらうことができません。

今が理想の投資ダイナミックになっている のはなぜですか

2017年はブロックチェンが長い将来を持つことを 証明しました

市場は、ほとんどの仮想通貨による投資によって維持されています。この技術は、既に、ブロックチェンプロジェクトに投資しているいくつかの大手企業、銀行、基金によって認められ、これからも至るとここまで認められていきます。例えば、IBMは、公社部門との協力で200以上のブロックチェンプロジェクトを有しています。国際大手銀行も自社のブロックチェンプロジェクトを開発はじめています。

規制される環境

過去には重大な障害だった規制は、現在、仮想通貨の成長のための積極的な力となってきています。日本政府は2017年4月に、正式にビットコインを認め、アジアの最も豊かな経済である日本において合法化しました。

シンガポール、イスラエル、ロシア、エストニアなども積極的に規制問題に取り組んでいます。時期に他の国もそれに従い、毎日ビットコインを使った国際振込も持続的に増えていくと予想されています。

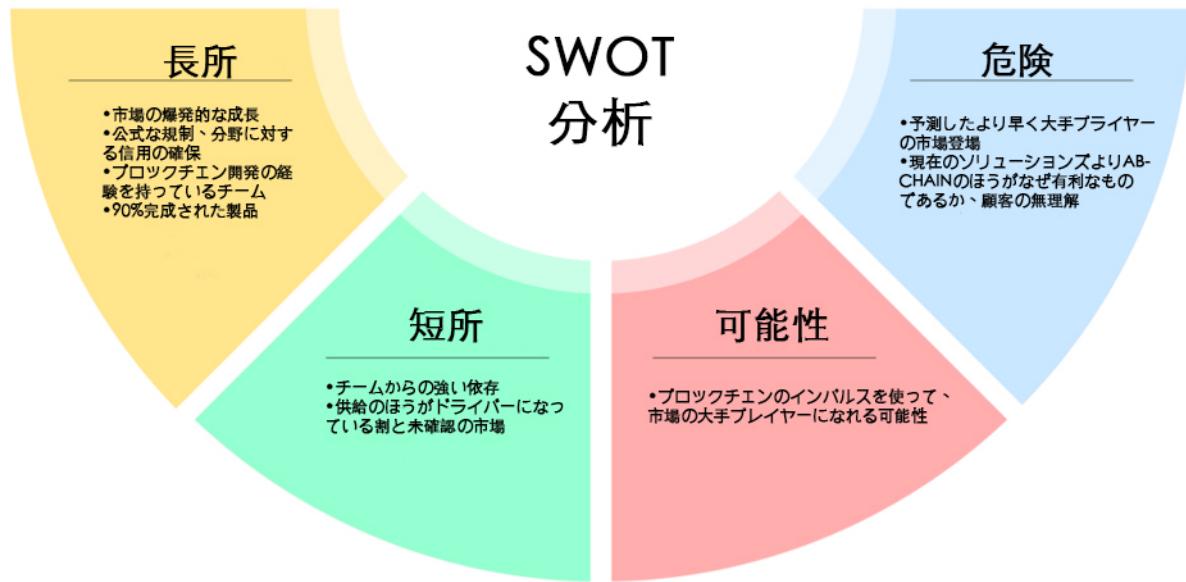
低い競争率

上記の市場可能性を利用しようとしているサービスやスタートアップ会社数が増えています。しかし、まだまだプレイヤー数が多くなく、新規参加者のために充分余裕があります。競争が限られている中、市場規模はリスクの最小化を確保します。仮想通貨セグメントは、市場に出る強力な新規サービスのための理想的なインパルスとなります。

大手プレイヤーの不足

市場の期待にも関わらず、現在市場には大手プレイヤーが不足しています。我々は、こんな特別期間が後1~3年間続くと予想し、我々の会社は競争メリットを拡大するためには十分時間が有します。

SWOT 分析



競争

我々は直接又は間接的に多数の会社と競争していきます。間接的な競争相手としては、BuySellAds.com、Adsterra.com、Adcash.comなどの一般広告ネットワーク及び、仮想通貨、フィアットマネー、現金で支払いを受け、広告ネットワークのサービスを提供するいずれのサービスが挙げられます。

また、既存の一般広告ネットワークが直接な競争相手となることが考えられます。AB-CHAINのそれらとの違いは下記に挙げます。

- AB-CHAINは、仮想通貨を受け入れます。
- AB-CHAINは、一般的な広告会社と違って既にブロックチェン技術に関する経験を持っています。
- AB-CHAINは、速やかな成長を確保するために他のネットワークをアグリゲートします。そのおかげで、広告分野の既存大手会社と競争できるようになります。
- AB-CHAINは、全ての市場プレイヤーより自分の優勢を強めるために、人工知能と機械学習技術を使っています。

AB-CHAINとビットコインを受け入れる他の広告プラットフォームの競争的比較

仮想通貨による支払を受け入れている既存の広告ネットワークは、基本的に2つの市場に集中しています。

1. ICOによって資金調達ができた会社：

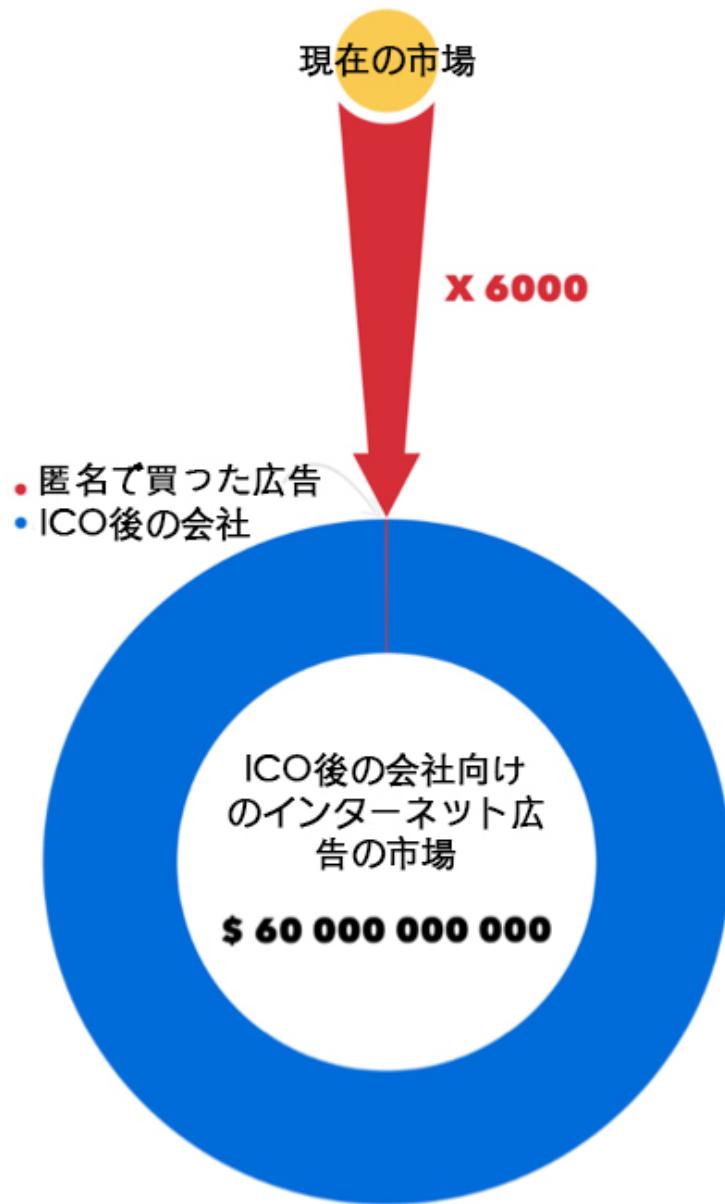
これは、完全に合法的な市場で、全ての事業もスタートアップ会社も合法的です。それらのイノベーションや技術は合法的なもので、地方法律の隙間を求めていません。市場規模は、匿名支払いの半合法的市場、つまりグレーマーケットより6000倍の増加を示すと期待されています。

2. グレー会社からなる市場

それらの会社は広告のために匿名支払を行う可能性を買っています。最も明白な

実例は、オンラインカジノや大人向けの娯楽インダストリーなどです。上記のサービスはアクセスしやすいですが、ほとんどの管轄では合法的なものではありません。それらにとって最終的な手段は、合法的に活動できないところで仮想通貨による支払をすることです。

しかし、広告のために匿名支払いの市場ニッチはほとんど最大規模に達しました。これからの年間増加は10~20%に過ぎないと予想しています。



競争的なメリットとしての AI と ML

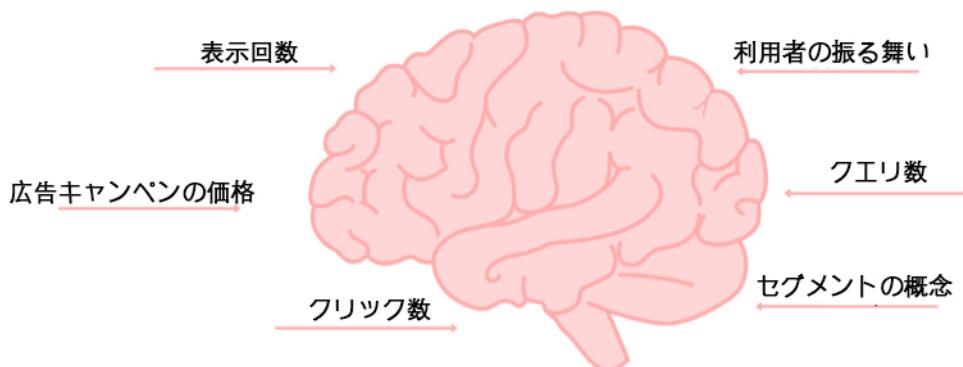
大手プレイヤーは、市場の重大なシェアを持ち、広告主が課する課題を解決しています。例えば、Google、AppNexusなどのネットワークです。

市場の目立つ又は重大なシェアを占めるために、今のプレイヤーより魅力的なソリューションをクライアントに提供しなければなりません。

AB-CHAIN は、広告予算による利益を最大化するソリューションを開発中です。そのために人工知能と機械学習技術を使っています。

現在、Google と Yandex は同じようなソリューションを使っています。ソリューションというのは、CTR の自動最適化システム、つまり広告の表示が広告主のホームページへの移動に導くコンバージョンのことです。実際には、広告主は、広告に使った資金をターゲットアクション（登録、購入など）に導くことを最大化するという最も重大な目的に面しています。既存のプレイヤーはその問題を解決せず中間ソリューションだけでやめておいています。

AB-CHAIN はまた先に進んで、中間結果(クリック)ではなくターゲットアクションを最大化するために努力を尽くしています。



我々の戦略

短期目標

我々の短期目標は、少なくとも 10 の ICO 会社と長期間サービス供給に関するコントラクトを締結することです。そのおかげで、地理的な拡張にとりかかる前に、我々の製品が市場に需要があることを確認します。

長期目標

我々の長期目標は、仮想通貨、フィアットマネーを問わず支払を受け入れるオンライン広告の市場の重大なシェアを獲得することです。

上記を実現するために、ICO 会社に対してはもちろん、オンライン広告などのサービスを購入し少しづつ部分的に仮想通貨による支払を行いはじめる一般事業に対してもサービスを与えて、仮想通貨による支払を受け入れるリーダープラットフォームになります。

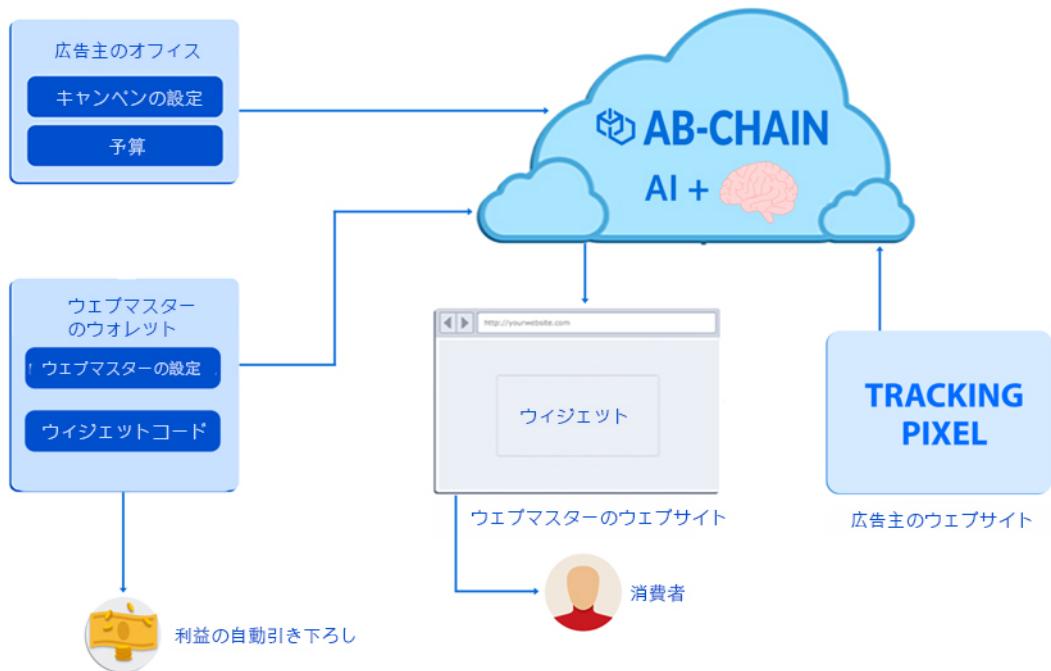
次のステップとして、初めから仮想通貨による支払を考えていない会社を狙う予定です。人工知能と機械学習技術によって確保される広告ターゲットの自動的最適化という競争的なメリットを開発しています。

製品発展の展望

AB-CHAIN プラットフォームは、相互関係にあるいくつかの部分からなっています。

1. ウェブマスターのウォレット
2. 広告主のオフィス
3. 広告ネットワークの API
4. 広告ローテーションのプラットフォーム

支払いの受取及びフィアットマネーによる決済のため、仮想通貨取引所とのインテグレーション。



ウェブマスターのウォレット

ウェブマスターのウォレットは、広告表示のための支払いとして自動的に RTB トークンを受け取ります。ウェブマスターは取引所において RTB トークンを他のいずれの仮想通貨に交換できます。

ウェブマスターのウォレットは下記の機能を有します。

1. 広告のテーマ、バンナーの寸法、バンナーのタイプ(写真、ビデオ、gifなど)、デバイスの種類など、幅広い設定
2. ウィジェット調整のインターフェース
3. 支払いの設定
4. 広告の統計
5. 支払い履歴

広告主のオフィス

広告主のオフィスは下記の機能を有します。

1. 広告主用の使いやすいインターフェース。
2. AB-CHAIN プラットフォームの自社トークンである RTB トークン及び、トップにランクインしている仮想通貨による（取引所を通じて）支払い。
3. 必要なターゲットが設定できる広告キャンペーン作成、編集ツール。
4. コンバージョン率の分析及びアナリティクスモジュール。
5. AB-CHAIN のパートナーネットワークそれぞれからいずれのウェブマスターが選択できる可能性。

広告ネットワークの API

AB-CHAIN は既存の広告ネットワークのセールス向上に向けたソリューションを提供します。技術的にはそれを RESTful API によって実現します。その中、下記のものが含まれています。

1. ウェブマスターのリストの同期化
2. ウェブマスターも広告主もキャンペーンが停止できるポストバック
3. コンバージョン率に関する報告及びアナリティクス
4. 支払いに関する報告書
5. 支払い設定

広告ローテーションのプラットフォーム

広告ローテーションのプラットフォームは、我々の広告ネットワークの技術的な中核で、広告表示を自動的に追求し、リアルタイムで供給の変更をモニタリングしています。この持続的なモニタリングのおかげで、システムはそれぞれのウェブマスターに対してもっと利益が出る広告を自動的に提供し、広告のローテーションを行います。事実上では、プラットフォームは Real Time Bidding というコンセプト、つまりリアルタイムの広告配置オークションを実現します。

我々の広告ローテーションシステムは、クラウド技術をベースにしている規模化可能なアプリで、ネットワークの負荷によって必要な時に自動的に追加サーバー能力を接続します。そのおかげで、ソフトウェアの変更が不要になり、表示回数の増加につれてシステムも大規模化します。

AB-CHAIN の広告ローテーションのプラットフォームは、広告主が広告に投資した資金からの収益を増やすために人工知能と機械学習技術を利用します。

人工知能

AB-CHAIN は、既存のプレイヤーと違って、広告キャンペーンがターゲットアクションに導くコンバージョン率の最大化という広告主の課題を根本的に解決します。

ターゲットアクションへのコンバージョン率の最大化という課題を解決している会社にとって主な問題の一つは、それぞれの広告主やキャンペーンの多数の要因からの依存です。その中は下記のものが含まれます。

1. 様々な広告される製品及び様々な価値的メッセージ
2. それぞれの新規広告キャンペーン(バンナー、テキスト)に対するオーディエンスの反応が予見しにくいこと
3. 違うターゲットオーディエンス
4. キャンペーン実施の日にちや期間
5. ブランドに対する態度の変更
6. その他。

AB-CHAIN は、上記の要因のに対する対策として人工知能と機械学習技術を利用します。

我々は、学習できるニューラルネットワークを利用しています。そのネットワークは、リアルタイムで広告キャンペーンを分析し、表示結果と表示条件の相関を明らかにします

人工知能の働き方

人工知能が効率的に機能するために、AB-CHAIN は下記を行います。

- 1) 広告主からブランドのスタイル及び広告メッセージを受けます。
- 2) ターゲットアクション後、Tracking Pixel というターゲットアクション追及プログラムを広告主のウェブサイトに配置します。
- 3) 表示したバンナー、ウェブサイトへの移動やターゲットアクションを確認し、どの広告表示からターゲットアクションが行われるかを見るために、自動的に広告表示のマークアップをします。

広告キャンペーン中、人工知能は自動的に広告資料を組合せながら最大結果に伴うものを発見し、ウェブサイト、オーディエンスの興味、時間など他の変数も追及しています。つまり、それは人工知能の発意によって行われるテストのセットです。

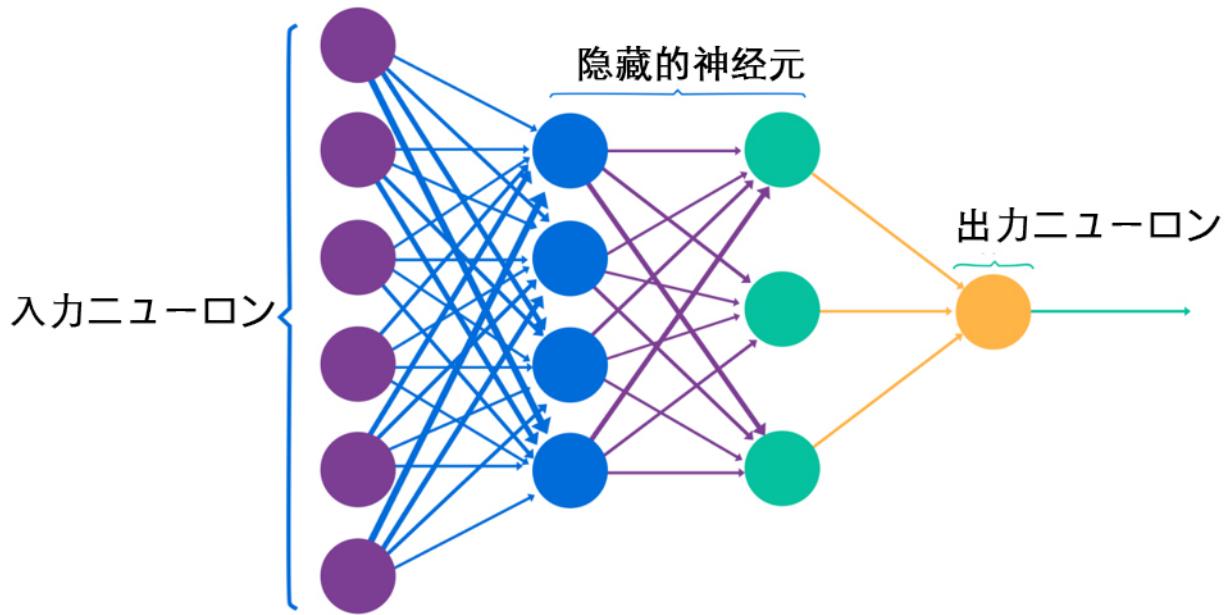
広告が表示されている間、人工知能はずっと表示の統計を追求し、下記の通りに機械学習を行います。

- 1) 表示を始めます。
- 2) その結果を、ランクが高いものとランクが低いものにランクインします。
- 3) ランクが高い結果に伴った表示を、肯定的な学習サンプルとして機械学習メカニズムに入力します。
- 4) ランクが低い結果に伴った表示を、否定的な学習サンプルとして機械学習メカニズムに入力します。
- 5) 表示をします。
- 6) 結果の改善を管理します。
- 7) イテレーションをリピートします。

ニューラルネットワークの働き方

ニューラルネットワークは数学的なモデルで、生物ニューラルネットワーク、つまり生物体の神経細胞ネットワークの機能をベースにしている原則によって構築されたものです。

ニューラルネットワークの主な特質は、学習能力と非アルゴリズム性です。ネットワークの働き方は、信号のセットが入力され、ネット（数学関数と学習済み変数を持つノード）を通り、返事を生成するという順になります。つまり、信号が1つのニューロンに入力され、ニューロンが返事を計算して、次のニューロンに送ります。次のニューロンは前のニューロンとその隣のニューロンから信号を受けます。もちろん、最も複雑な仕組みも可能です。それぞれのニューロンは、自分の係数によって自分の関数を計算していき、最後にネットワークは結果を出します。



ネットワークの学習プロセスの意味は、「入力–期待結果」又は「入力–期待されない結果」というデータセット、つまり肯定的なサンプルと否定的なサンプルに合わせてネットワークの係数の調整です。つまり、ネットワークは必要な返事を出し、不要な返事を出さないことを学んでいきます。

ニューラルネットワークの学習はイテレーティブな過程です。学習ごとに、ニューラルネットワークが次のイテレーションに進み、もっと高質な返事を出すと期待されます。

つまりネットワークは、アルゴリズム的ではなく、環境と作用し合いながら実験的に合法則性を見つけるわけです。そのおかげで、合法則性を持ちながら予見できぬ変更しつづける条件の下で、アルゴリズムより高い結果に達することができます。

トークン

トークン名

AB-CHAIN は、RTB というトークンの発行者です。

RTB は、Real Time Bidding の略語です。上記の用語は、リアルタイム入札を意味します。それはオンライン広告分野の技術で、IAB OpenRTB プロトコールをベースにしているリアルタイムの広告オークションです。

トークンのためにテーマ別の名称を選んだのは、自分がプロであることと、特にオンライン広告を専門にしていることを強調するためです。

一般情報

RTB トークンは、Ethereum ブロックチェンをベースにしている ERC20 という分散型トークンとして開発されました。そのおかげで、我々の顧客と AB-CHAIN との間にスマートコントラクトが利用できます。

RTB トークンが早く市場に受け入れられるように、我々のパートナーネットワークの全てに RTB トークンを支払い方法として追加するように提案していきます。

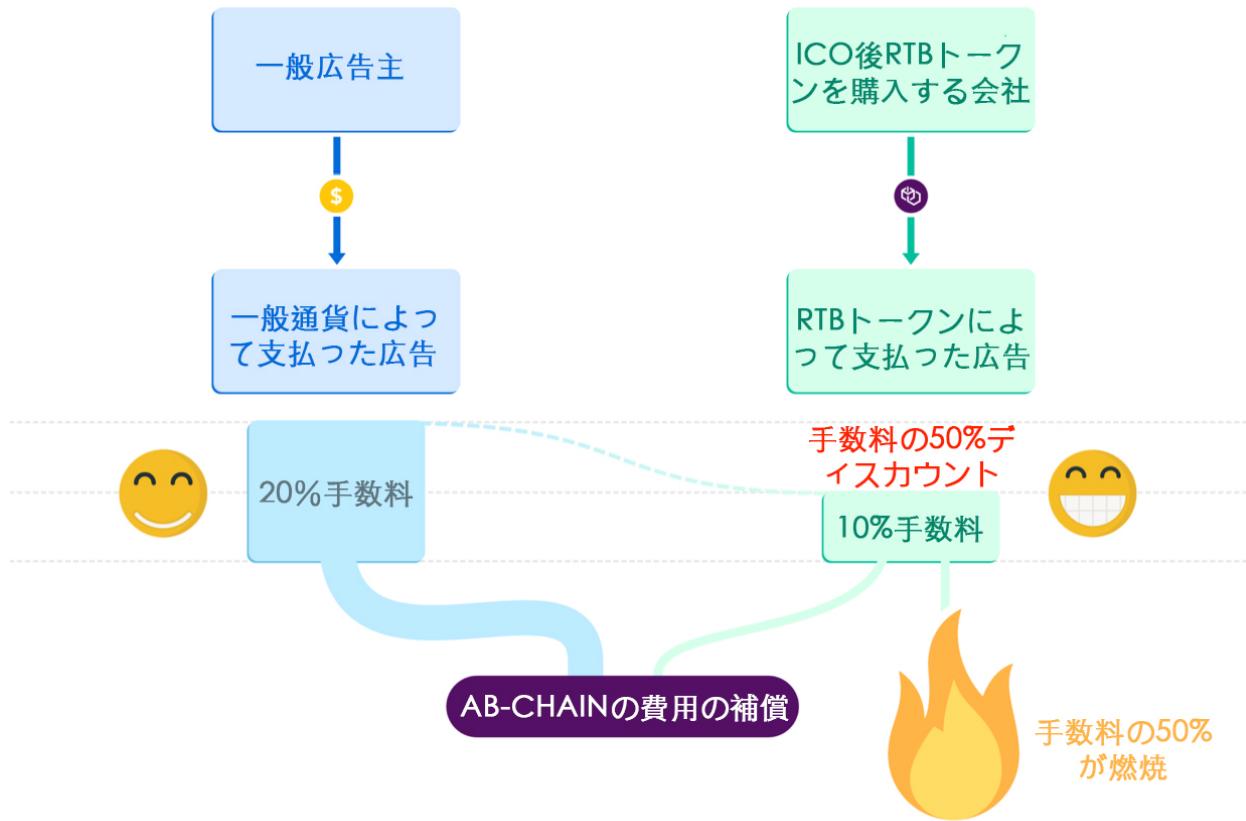
RTB トークンの流通

RTB トークンを使った取引が行われた時、AB-CHAIN は 10% の手数料を受け取ります。

その手数料の 50% は燃焼され、残った半分は AB-CHAIN のブロックチェンを維持するために使われます。AB-CHAIN は、受け取った手数料を営業費用の補償及びマーケティング活動に費やします。

RTB トークンの一部の燃焼は、AB-CHAIN が自分の広告主、パブリシャや投資家のコミュニティに対して行う賠償金であります。

RTB トーケンの燃焼スキム



手数料からの 50%ディスカウント

広告主が RTB トーケンを使うための主な刺激は、AB-CHAIN の手数料から 50%ディスカウントをもらうことです。通常、広告ネットワークは広告表示の全てから平均で 20%の手数料を取ります。一般通貨で広告表示を支払う広告主からは普通の 20%の手数料を取ますが、RTB トーケンを使う広告主からは 10%しか取りません。

RTB トーケンの燃焼メカニズム

RTB トーケンに対する関心を高めるために、トーケン燃焼メカニズムを導入します。AB-CHAIN が自分の広告主、パブリシャや投資家のコミュニティーに対して賠償金を与えるために、AB-CHAIN が受け取った手数料の 50%を燃焼します。

100RTB トークンに相当する広告を配置した広告主から AB-CHAIN のために 10%の手数料が取られます。その半分は燃焼され、半分は AB-CHAIN の費用をまかなうために使われます。[RTB トークンの燃焼スキム](#)に記載されている図をご覧ください。

全ての RTB トークンが燃焼されたらどうなりますか

RTB トークンは小数点以下 18 桁を持ち、他の仮想通貨と同じく分割することができます。ネットワークが 5 年間機能しつづけるために充分な RTB トークンを有すると期待します。RTB トークン総数がサービスの異常が発生するリスクの恐れがあるレベルまで減少したら、新規トークンが作成され、残った RTB トークンをそれに交換することを提案します。

ICO 会社による RTB トークンの購入

我々のパートナーとしては、ICO によって資金調達をする広告主を狙っています。成功した ICO と製品登場の間に平均で 6 か月以上経ちます。上記を考えたら、早期で RTB トークンを購入して、すぐに ICO の広告を表示させもらい、今後 RTB で支払いをしながら製品をプロモーションする可能性をそれらの会社に提供します。

我々は、現在 ICO を行っている会社と ICO を終えたところの会社と協力していきます。

行動企画

1) 2017 年第 4 四半期 – 最初の広告主 (ICO 会社) 向けの AB-CHAIN リリース

AB-CHAIN プロジェクトは、広告ネットワークをローンチして、最初の広告主にとって広告表示を確保するためにパブリシャを誘致しました。完成した機能ツールのおかげで、パブリシャが自分のウェブサイトにウィジェットを設置し、広告主がマイページで様々な調整をすることができます。報告システム及び広告キャンペーンのモダレーションメカニズムが設定済みです。AB-CHAIN の広告ネットワークは既に一昼夜 50 万回の表示が確保でき、最初の広告主との協力に成功しました。

2) 2018 年度 1 四半期 – RTB トークン及びトークン燃焼メカニズムのローンチ

我々のトークンは発行済みです。RTB トークンは、 Ethereum ネットワークにおけるスマートコントラクトで、 ERC20 スタンダードによるインターフェースを実装します。RTB トークンは燃焼可能なもので、異常が発生した場合及びトークン数が非常に減少した場合に他のスマートコントラクトに移動されるメカニズムが開発されています。

3) 2018 年第 2 四半期 – 広告取引のためのスマートコントラクト

スマートコントラクトは、トラフィック源であるパブリシャや広告ネットワークと広告主との間に取引を行うことを可能にします。AB-CHAIN の広告ネットワークに対する 10% の手数料及び、広告主、パブリシャと投資家のコミュニティーへの賠償金としてのその手数料の 50% の燃焼のおかげで、AB-CHAIN のオファーは競争相手のオファーより有利になります。

4) 2018 年第 3 四半期 – 人工知能の開発及び導入(AI development)

ニューラルネットワークの作成によって、リアルタイムで広告主の広告キャンペーンを分析しすることが可能になり、表示結果と表示条件の相関を明らかになります。

5) 2018 年第 4 四半期 – 仮想通貨による支払が可能な広告市場の占拠

AB-CHAIN は、新しいトラフィック源の接続および新規広告主の誘致に向けた PR キャンペーンによって拡張していく予定です。同時に、広告キャンペーンの作成、結果の評価や管理方法をより便利にするために、広告主のオフィスを始めユーザーインターフェースの改善を進めていきます。

6) 2019 年 – 一般デジタル広告市場の占拠

ブロックチェン技術や仮想通貨を適用する一般の会社が増えていき、疑いなく一般市場に影響を及ぼします。将来的にこのトレンドは発展する一方でしょう。人工知能と機械学習技術によってかなりの優勢に達成し、一般デジタル市場において安定した成長を見せます。

クラウドファンディングの構造

RTB トークンは、Ethereum ブロックチェンをベースにしている分散型の ERC20 トークンとして開発されました。トークンをスマートコントラクトによって発行されます。全部で RTB トークンを 100 000 000 個発行します。

クラウドファンディングをプレセールとクラウドファンディング（本セール）という 2 段階に分けて実施します。プレセール段階で収集された資金は、本クラウドファンディングの実施、最初の職員雇用、プラットフォーム開発の開始のために利用されます。

トークンは、下記の通りに提供され、割り当てられます。

	プレセール段階	クラウドファンディング
トークン数	5000000 (または 5%)	68 500 000 (または 68.5%)
トークン価格	\$ 0.20	\$ 0.35
目標金額 (USD)	\$ 300 000	\$ 1 500 000
最大金額 (USD)	\$ 500 000	\$ 20 000 000

売れなかったトークンの全ては、クラウドファンディングが終了した後、廃棄されます。トークン燃焼は、チーム、職員などのカテゴリ別、比例して行われます。それによって、投資家又はトークンの購入者が合計で RTB トークンの 70% を取得したことが保証されます。

本クラウドファンディング段階のボーナスは、収集した金額によって割り当てられ、35% から 10% まで減少していきます。

段階	ボーナス
プライベートセール	35%
0 - \$ 2 000 000	30%

\$ 2 000 000 - \$ 5 000 000 25%

\$ 5 000 000 - \$ 10 000 000 20%

\$ 10 000 000 - \$ 15 000 000 15%

\$ 15 000 000 - \$ 20 000 000 10%

チームに対するトークンの割り当て及び他の項目:

創立者 15 000 000 (または 15%)

職員 5 000 000 (または 5%)

会社の積立金 4 000 000 (または 4%)

コンサルタント 3 000 000 (または 3%)

バウンティプログラム 3 000 000 (または 3%)

融資の構造

クラウドファンディングの際に収集した資金の使い道：

1) 資金の 30%は R&D のために使われます:

- ソフトウェアの開発
- オープンソースコードの開発への貢献
- ブロックチェーン及び仮想通貨の開発への貢献

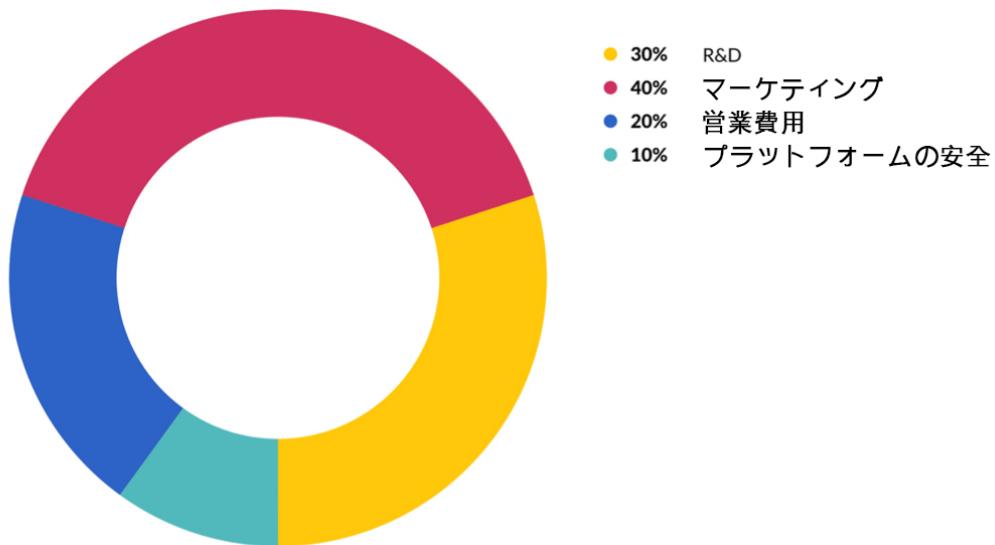
2) 資金の 40%はマーケティングに使われます:

- 販売代理店:アジア、ヨーロッパ、アメリカ
- ウェブマスターのための刺激及びイベント
- セールスマネージャーのモティベーションプログラム

3) 資金の 20%は営業費用に使われます:

- 事務所の賃貸
- 法律、会計サービス
- サーバーインフラ及びクラウドサービス

4) 資金の 10%は、プラットフォームの安全確保のために利用されます。



クラウドファンディングの日程

AB-CHAIN のクラウドファンディングは 2 段階に分けて行われます。

プレセール及び最初の投資家の保護

AB-CHAIN は、\$37 万を収集して、2017 年 10 月 1 日にプレセール段階を成功に終了しました。

当初 AB-CHAIN のクラウドファンディング段階を 2017 年末に行う予定でしたが、プラットフォームの第一版が完成されなかつたため、2018 年の 2・3 月に延長しました。お待たせしたためにプレセールの全ての投資家に 30% の追加ボーナスを加算しました。

本クラウドファンディング

本クラウドファンディング段階は 2018 年 2 月 19 日～3 月 31 日に行われます。その際、最大に、RTB トークンを 68500000 個売るつもりです。

- 最小融資 – 150 万米ドル
- 最大融資 – 2000 万米ドル
- RTB トークンの価格 – 0,35 米ドル
- ボーナスは 10% ~ 30% の範囲で割り当てられます
- 横木投資家（\$10 万以上）のために追加ボーナス

* 裁定可能な金額は 0,2 ETH 又は 0,015 BTC となっています。

レート成長の際、投資家の保護

2017 年 9 月から続いたビットコインとエーテル高のため、ボーナスがずっと高かったのに後期の投資家より受け取ったトークン数がという早期の投資家からたくさんフィードバックを受けました。この問題を解決し、クラウドファンディング段階の投資家を AB-CHAIN に投資した仮想通貨の価格増加から守るために、一連の新しい規則を導入しました。

- 1) 我々は、投資日と 2 月 18 日の為替レートを比べ、いずれの最大レートに合わせて、AB-CHAIN のトークンをクラウドファンディングの開始前、つまりプレセール段階とプライベートセール段階で買った全ての投資家に、クラウドファンディングの開始一日（2 月 18 日）に AB-CHAIN のトークン数を換算します。例えば、2017 年 10 月に投資家がプレセール段階で 10ETH（10 ETH = \$400）を投資

して、2月18日にETHのレートが1ETH=\$1200となつたら、全てのボーナスが残り、投資家に与えられたトークン数がレートの3倍増加に合わせて3倍増えことになります。

- 2) クラウドファンディング段階においては、トークンの基礎価格は米ドルで計算され、\$0.35となります。
- 3) 2月18日に、AB-CHAINのトークンの価格は、BTCとETHのドルに対するレートで固定され、クラウドファンディング段階の間に代わりません。
- 4) クラウドファンディング段階においてレートが20%以上変動したら、新規投資家の関心を守るために、レートの変動に合わせてトークン価格を変える可能性があります。
- 5) クラウドファンディングを終了する3月31日に、もう一度換算して、投資日のレートとクラウドファンディング終了日のレートを比べ、いずれの最大レートをそれぞれの投資家に提供します（レートが成長した場合）。

バウンティプログラム

AB-CHAINのバウンティプログラムの参加者に対して、トークン総数の3%の割り当てを提供します。最大目標が\$2000万となっていますが、クラウドファンディング段階の際に調達した金額によって流通するトークン数が変わることがあります。しかし、いずれにしてもトークン総数の3%が以前と同じバウンティプログラムに送ります。

チーム

AB-CHAIN は、開発者及びビジネス専門家からなる経験のあるチームによって開発されています。既にいくつかの複雑なプロジェクトに成功しました。その中、

- 1) PINbonus - iPhone / Android 用のアプリ付きのプログラミング可能な電子カードで、ディスカウントカード、ボーナスのプラスチックカードなどの取替えとなります（バーコード、番号、画像、磁器ストライプ）。
- 2) QIWI Bonus – Qiwi (NASD:QIWI) 及び他のウェブマスターのファイナンシャル及びコンシューマートラフィックを取り扱う広告プラットフォームです。その他、キャッシュバックサービスも開発しました：<https://bonus.qiwi.com>。



Vladimir Dyakov

CEO、創立者

開発の経験 15 年間

経営の経験 10 年間

セールスの経験 7 年間

ビットコインの経験 4 年間

いくつかの会社が成功した

FINAM、QIWI、Prostor Capital などの投資家



Ivan Pshenitsyn

共同創立者、CTO

開発の経験 11 年間

経営の経験 5 年間

広告ネットワークや金融サービスの経験

ブロックチェーン技術の経験 6 年間



David Pomies

共同創立者、BDO

セールスやマーケティングの経験 9 年間

香港における事業開発の経験 7 年間



Cate Lawrence

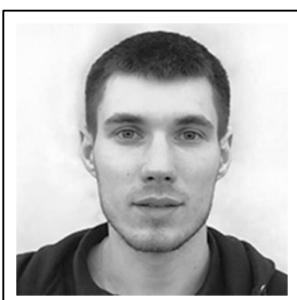
PR 責任者

ベルリンにおける技術ジャーナリズムの経験 4 年間

オーストラリアにおける慈善の経験 7 年間

高等教育の経験 10 年間

[VentureBeat](#)、[DZone](#)、[ReadWrite](#)、[TheNextWeb](#) などにおける多数記事記載



Anton Oshkin

CMO

RocketLP デジタルエージェンシーの創立者

デジタルマーケティングにおける経験 6 年間

マーケティングプロジェクトの開発経験 4 年間

50 以上のマーケティングストラテジーのローンチ



Adrien Henni

国際戦略のアドバイザー



Dom Inzerillo

国際マーケティングとコミュニティーマネージャー



Sergey Kuprianov

開発者



Alexey Shalin
システムアドミニスト
レータ



Ivan Rogojev

開発者



Slava Mirgorod

開発者



Kirill Remizov

QA エンジニア



Veronika Repieva

マネージャー



Ivan Skladchenkov
コミュニティーマネー
ジャー



Anna Mandryuk
コミュニティーマネー
ジャー

アドバイザー



Reuben Godfrey

ICObench 専門家



Juan Garay

テキサス A&M 大学の教
授



Arsenij Strijenok

ICO コンサルタント、
LAToken、Blockchain



Kaimin Hu

Advance.ai における AI
プロダクトマネージャー

(トップ 10)

& ICO コンサルタント
EWDN.com



Kirill Ermakov

QIWI の CTO



Igor Bulatenko

QIWI の安全責任者



Christos Stergiou

ギリシャ、カナダの投資家との連絡担当者



Victor Ho

中国の投資家との連絡担当者



Leonid Delitsyn

Finam Global のチーフアナリスト



Artyom Ozerkov

ウェブマスターとの協力部門の部長、admitad.com



Alex Savchenkov

Cityads.com の創立者及び社長



Dmitrij Kozlov

Alfa-Bank のプロダクトグループの責任者

スポーツ

AB-CHAIN のチームは、仕事の他にスポーツも積極的にしています。

例えば、Vladimir と Ivan はトレールランニング、つまり山岳レース（下記）、David は趣味として地方競走に参加しています。

ADIDAS ELBRUS WORLD RACE 2017 - 11 キロと 27 キロのレース

エルブルス山は、ヨーロッパの最高峰で、西峰（5642m）と東峰（5621m）という2つの頂上からなっています。エルブルス山は、景色が美しいバクサン渓谷にあります。2012年から毎年トレールランニングの国際大会が行われます。

我々の会社の共同創立である Ivan と Vladimir は 2017年の大会に参加しました。Ivan は 11 キロのレースを 1800m の高さで、Vladimir は 34 キロのレースを 2700m の高さでゴールインしました。そのレースの写真を右にご覧になれます。



MARATHON DU MONT BLANC 2017 – 42 キロ



今年、Vladimir は世界の最も美しいマラソンである Le Marathon du Mont Blanc に参加しました。レースはシャモニー町からスタートし、アルプスの素晴らしい山の景色の中を通ります。

フランスの選手

David (下記) は、元のフランス選手、オクラホマ州大学(米国)の元のランナーです。



個人記録は、3000mにおいて 8,04、5000mにおいて 14,07 です。ずっと前に「ビッグスポーツ」をやめましたが、香港及びヨーロッパにおいて地方レースに参加しています。