



消費データ資産ブロックチェーンの取引プラット
フォーム(CDC)プロジェクト白書

CDC基金会

cdcfoundation@gmail.com
<http://cdcf.io>

目次

概要	3
1. CDCとは	6
1.1 開発の背景.....	8
1.1.1 “中心”化運営プラットフォーム-消費データの不完全	9
1.1.2 プライバシーの問題+すべての種類の消費データの図鑑の価値に動態的で科 学的に評価できない	9
1.1.3 “真実さと精度の不足+価値”と利益の区分の不公平	11
1.2 解決の方策	11
1.2.1 経済システム	12
1.2.2 知能契約取引市場.....	14
1.2.3 激励システム	14
2. 私たちは誰？	16
3. 基礎設備	17
3.1 消費チェーンCDC	17
3.2 性能の最適化	18
3.3 ブロックチェーンのデータ膨張問題をどう解決する	18
3.4 如何に暗号文で消費チェーンCDCが沈殿データをキャッシュメモリしないこと を証明する	19
4. 特徴	20
5. 価値の激励	20
6. 路線図	21
7. 法令と法規	23
7.1 運営の主体	23
7.2 管理の構造と投票について	23
8. 交換の細則	24
9. チームの紹介	26
10. リスクの提示	29
11. 連絡方式	31

概要

人類の文明の歴史は実に一部の経済の発展史だ。

人類の経済活動の核心は生産と消費だ。工業時代は物質の生産の需給問題を解決して、インターネット時代は極大に物質の消費を促進と便利させている。貨幣が発展することに従って、クレジットカードとオンライン支払いなど様々な支払の方式が迅速に普及することによって、消費方面の核心とするデータの資産——“消費の勘定書”的な数量は日増しの増加と累積が爆発する。

しかし目前としてこれらのデータの資産の情報その基層の現状は比較的に乱雑で、しかも統一する個人の消費データの資産が形成されていないようだ。衣食住と交通運輸から、医療、娯楽、教育、観光まで、基本の消費、アップグレードの消費からハイエンドの消費まで、すべての市場はみんな全世界で数兆ドルレベルの市場の規模をもって、10億超えの人群は毎日様々なシーンで自分の“勘定書”を蓄積している——個人消費のデータの紫宸、自分の消費の図鑑を形成する。しかしこれらの消費はすべて各サービス会社の“中央化の独占性データのサーバー”の中に分散されている、本当にこれらの“勘定書”を創造して、個人の最も真実なデータの資産を創造するユーザーたちは逆にこれらのサーバーの外で立ちふさがられている。



人類の経済活動の基礎形式とする“消費のメモリ”は永遠に消えない行為だ。地球のどの隅にあっても人類の毎回の消費行為はすべてある形式の実体あるいはオンラインキャリアによって記録と貯蓄されている。もしできるだけ多く“メモリー+集まり+つながり”を取り出して、10億人口が毎時に創造するこれらの消費データの勘定書から発生した資産が、1つのリアルタイムの動態のオンライン統計のネットワークになっていて、私達は人類の全世界の消費の図鑑を手にいれる。

人類の文明を記録し、全世界の消費の図鑑を作り上げるために、私達は全世界のユーザーに——消費チェーンCDC(commerce data connection)を紹介している。これはブロックチェーンの技術を基とする全世界の消費データ資産の取引のプラットフォームだ。

すべての都市、すべての大通り、すべての店舗、すべての人に対して、私達は手っ取り早い“勘定書”的アップロード道具を提供することによって、もともと一回の消費が終わってすでに無用した勘定書を、改めて生命に煥発させて、改めてデータの金鉱になっていただけだ。毎回の消費その本質の価値は生産と販売の仲立ちではなくて、地球で毎時発生した1つの両方向性のない歴史事件を記録することだ。これは人類の文明行為の一回のインタラクティブだ。

1つの共有・共通認識・共通利益のある新世界を展望して、消費チェーンCDCは勘定書を迅速にアップロードして、AI自動識別によって消費データの分類と保存を完成する。消費チェーンCDCのブロックチェーンの下層の合意の目標は私達もすべての真実の消費データの共有、記録、検証、応用と関連する一体化の財源確保システムの中に参与させることだ。すべての消費データに中心化なし操作を行って簡単に信頼できるデータにならせて、すべての消費者を知能契約とデータベースの共有者にならせて、そして共有奨励システムを通じて奨励を獲得する。

消費チェーンCDCはブロックチェーン技術を利用して全世界の消費データ資産の生産、配布と取引のモデルを変える。最終目的は個人とメーカーを通じて消費データを創造し手から手持ちになってまた取引することだ。全く新しい“中心化なし”的消費データ取引システムを作つて、現在の中心化に比べて更に柔軟で、更にローコストだ。またもっと多くの人に自ら消費データを貢献するように激励することができて、勘定書を“宝になる”ことが実現できる。また同時に消費データ資産の“全世界の共有”を実現してデータの孤島を減らしてさらに最終的に消滅させることを実現する。



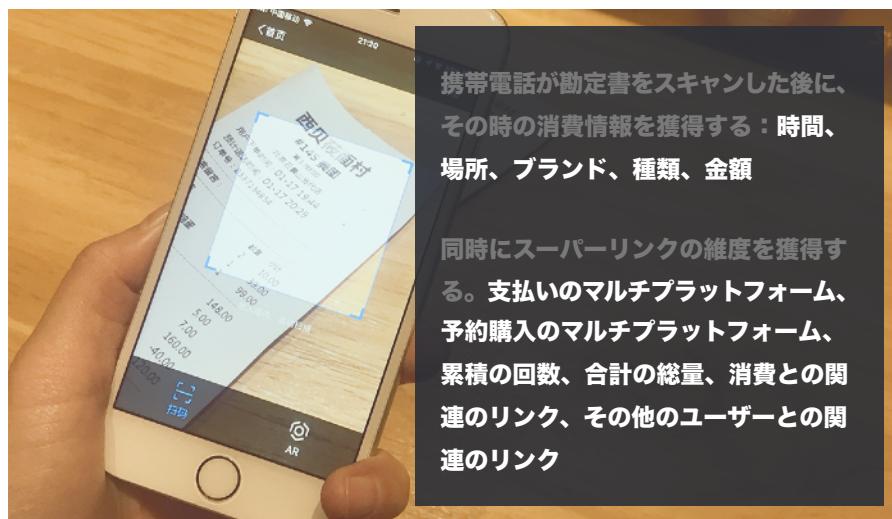
消費データの出現は、ある“中心”を通る必要がない。目前として“中心”とする大部分のプラットフォームの運営状況が良好だが、それはすべて割合高いプラットフォームの構成、高いビジネスコミュニケーションのコストと巨額のマーケティング費用という基礎の上で実現したのだ。その“中心”は通常に内容の等級の判明と資源の並びなど内容の品質と関連する定義と配布サービスを担当していて、公然と透明な評価の基準がないため、“中心”はまた自分のKPI需要によって、メーカーに消費データの形成の利潤返し、過量配布を強制させて、またメーカーに迅速に“血を吸い込

む”ことを強制させて、消費製品とサービスのライフサイクルを低下させた。このような伝統的で集権化の“中心”の中で、審議と配布システムの公平、公正は不可能になっていて、数字のインターネットが人類に持ってきた“利便性”“高い効果”“低成本”の原始の収益を喪失してしまった。

私達はこの業界の欠陥を解決するために、ブロックチェーンの知能契約技術に基づいて、暗号化するデジタルキャッシュをもととする“消費チェーンCDC”(commerce data connection)を設計した。

消費チェーンCDCを経済の基礎とする“分布式の中心化なし”の全世界消費データ資産の生態システムは、消費データの資産の取得と取引のコストを理論上の最低価額に下げることができる。下層の部門は自治の特質があって、ナッシュのバランスをもとにする全体の生態システムのバランスを実現することができる。この公平で民主的で、いかなる人々が参与することができる中心なしの生態システムの中で、すべての生産者の消費データ資産の収益を最大化にならせることができる。

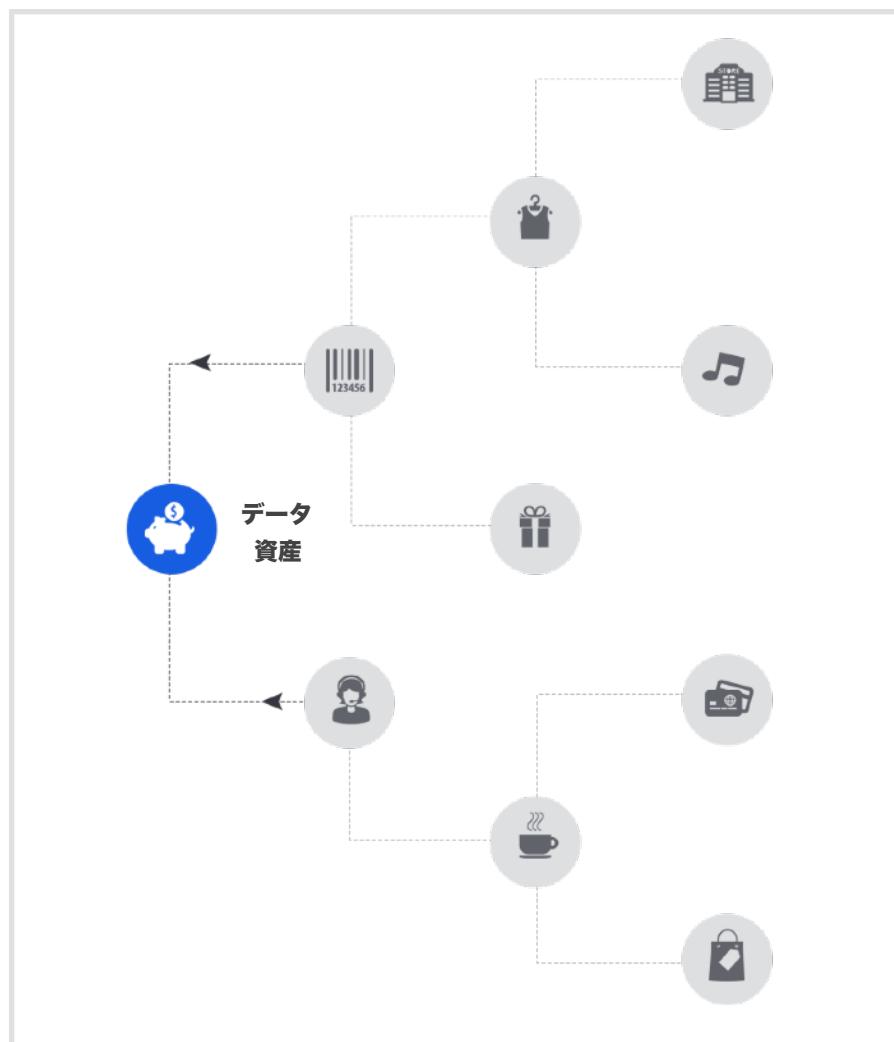
このネットワークは消費データ資産の内容の生産者が自分でデータの共有と料金の標準を定義して、すべての消費者が時間単位で勘定書をアップロードして、勘定書のデータを伝播し分かち合って収益のトークンを獲得して、また高額報酬者が消費するトークンに対して加重平均の計算方法を行って非協力の碁打ちバランスが発生することによって、消費データ資産のプラットフォームのデータの品質を動態的に定義する。また、内容の濾過などの推薦された計算方法に基づいて、高い品質の消費データを消費者、メーカーの間で一番素晴らしい整合を行う。すべての下層の単元が高度に自治して、お互いに非線形の因果関係が存在する。



I. CDCとは

消費チェーンCDCについて消費データの創造とユーザーの間のデータ収集、データ分析と配布、マーケティング、配当、決算する伝統モデルを変える。最後に“下層の単位”によって絶えずユーザー、メーカに好評された“価値”を体现する消費データ資産を創造して、取引まで行う。このような消費データ資産の配布システムは目前の“中心化”的な内容の配布システムよりいっそうに“機敏性”“利便性”“高い効果”“低コスト”、もっと多くの上品な消費データ資産が価値を実現するように激励することができる。こういう高遠な目標は今だんだんに実現している。

消費チェーンCDC：毎回の消費は実際にある形式の勘定書に対応していて、全世界からみると毎日百億回の勘定書が発生している。個人は消費データの痕跡に貢献したが、データの蓄積の広告の収益を収穫していないことは本質上に不公平だと思う。人々は勘定書、消費の痕跡をより一層数多く貢献すると、トークンの奨励の獲得がもっと多くなって、データの取り出し広告の配当がもっと多く獲得するべきだ。



CDCプラットフォームで専属の基金会を設立して消費チェーンCDCの技術の研究開発と製品の運営を担当する。CDC基金会はCDC貨幣の生態をめぐって運営する“典型的”な組織の中の一つだ。CDC基金会そのものも自分が運営品質の優れた消費データ資産を孵化することができる。これは品質が優れた消費データを運営するメーカーが自分でも消費データを創造することができることに相当する。CDC基金会そのものは最初のCDCの運営会社を創立することによって生態の未来の参加者に模範を示す。CDC基金会はその他の組織と同じく、全体の生態システムの中で、同様な権利と責任を持っている。CDC基金会と全世界の一筋の飲食と娯楽、交通機構、文化とスポーツ、健康と教育などの会社と協力して、それらの消費データ資産に消費チェーンCDCに基づくピアツーピアの運営サービスを提供する。

CDC全世界の目標の協力関係のメーカー：



CDC協力関係の仲間：



1.1 プロジェクトの背景

全世界の主な消費データの保存量の分析：

- 全世界の飲食の消費の規模：2016年2.4兆ドル
- 全世界の航空の消費の規模：2016年7180億ドル
- 全世界の共有ツアーチャンネルの消費の規模：2016年3.9兆ドル
- 全世界の娯楽産業の消費の規模：2016年1.8兆ドル
- 全世界の医療(医療器械を除く)産業の消費の規模：2016年1.1兆ドル
- 全世界の教育産業の消費の規模：2016年の5兆ドル



全世界を見渡すと、飲食と旅行にしても、交通、教育と医療、文化と娯楽なども、すべての消費データがメーカーから第3者のプラットフォームまで集められて、最後に消費者の取引の過程まで伝播することはみんなこれらの中心のプラットフォームを通じて配布するので、プラットフォームは例外なく“10—50%”の配分を受け取っている。これらの“中心”化プラットフォームの業態の中で、メーカーは製品とサービスを考慮するだけではなくて、また高額の広告費を支払って、甚だしきに至っては“ランキングの更新”“自ら上位に押し上げる”“データを取る”などのことを十分に行うことしかマーケティングの位置を手に入れなくて、最後にオブジェクトユーザとようやく接触することができる。

オンラインで、数多くの消費データはすべてUBER、YELP、APPLEPAY、VISA、MASTERCARD、GOOGLE、FACEBOOKなどの中心化プラットフォームの“孤島式”に隠されているが、一回の消費は、依然として一回の“唯一の”置き換えのない実

体の消費の勘定書あるいはスクリーンの図案の“オンライン消費の勘定書”を創造することができて、これらの消費の勘定書は消費の行為および消費データと全く同時に発生してしかも完全に真実だ。もし多くの消費の勘定書はユーザーに分かれ合つて“消費チェーン”的なプラットフォームの上にアップロードされると、メーカーは“消費チェーン”的なプラットフォームを通じてトークンを消費してユーザーの許可をもって、またユーザーにトークンを奨励する“データ分析サービス”と“正確な広告のマーケティングサービスを購入することができる。CDCはCエンドユーザの数量が絶えず増加することによって、だんだんにBエンドユーザの加入を誘っていて、最終は一つの人々にサービスを提供する消費データ資産の取引のプラットフォームと広告のネットワークに発展して、1つの中心化なしの“ブロックチェーンの消費資産の広告の生態”まで生長する。

1.1.1 “中心”化運営プラットフォーム-消費データの不完全

中心化の消費データの運営プラットフォームでは、データの分析の面では内容の“仕入れ”が“人工”で、データの“審査”は“人工”で、流量の分配は“人工”で、財務の帳簿、決算もすべて“人工”だ。研究開発者は自分の内容を“中心”まで集める過程の中で、大量の時間と力を費やした。

消費データがアップロードされてから“人工”的な運営の不確定さが現れて、また中心が“計画”によって割り当てたKPI指標は、内容の製品が“高速採血”、“人目を引く”、“低俗な誘導”、“海賊版”“盗作”などに傾いて“ユーザーの変更”“短時間のオンライン”などのコンテンツ開発研究の間違いのよう、プラットフォームの内容の生態が破壊されて、もっと多くの品質の優れた革新の製品と革新チームは中心のプラットフォームの中で孵化することができない。このままでいけば、プラットフォームの公正と公平はなくなって、最後にユーザーが流失することをもたらす。

1.1.2 プライバシーの問題+すべての種類の消費データの図鑑の価値に動態的で科学的に評価できない

信用調査の立法の中でプライバシーの保護などの重大な問題に関してまだ統一の認知が形成されていない；消費チェーンCDCはデータの価値を解析する以外に、双方のデータの匿名のプライバシーの保護機構があって、このように消費の図鑑の価値がある以外、巨大な広告のマーケティングの価値もあって、その正確さとユーザーの行為の駆動力として、すべて現在の“中心化”と“孤島化”的な広告のプラットフォームの正確さと効果よりはるかに上回っている。

たとえばA航空会社は消費チェーンCDCプラットフォームによってCDCトークンを消費して、B航空会社の搭乗券あるいは航空券の勘定書をアップロードするユーザーに広告の招待を送り出して、そしてオブジェクトユーザーにCDCトークンを奨励する。もしユーザーは広告を受けると、Aの広告の推薦の内容とトークンの奨励を獲得することができる。しかし、ユーザーが匿名だという保護システムがあるので、Aブランドは具体的なユーザーが決して誰だかを知っていなくて、リアルなシステムの

測定と分析を経た勘定書によってアップロードするデータで形成するデータ資産を用いて広告の投入の取引を行う。

例えばここはファーストフード店A、その隣はファーストフード店B、同じ方法によって、精密に勘定書をプラットフォームの中にアップロードする。その勘定書は以下の特徴がある：

ある特定の期間(3日以内)

ある地理上の単位(ある座標原点から3キロメートルの範囲内)

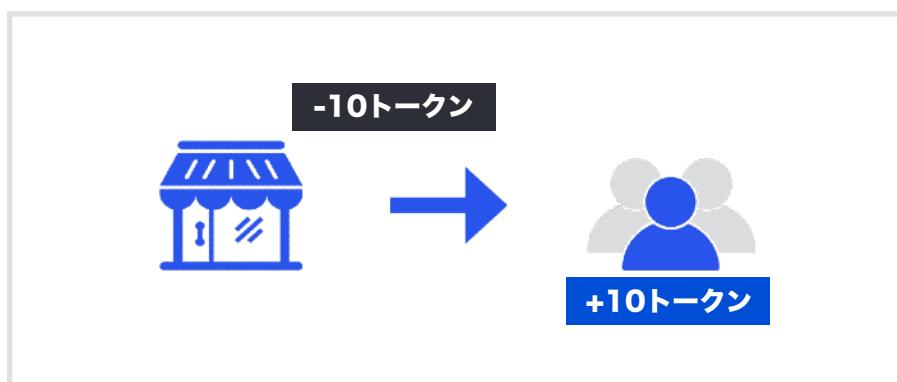
ある製品の分類(あるハンブルク)

ある単価の範囲(5ドルー8ドル)

GOOGLE、FACEBOOK、TWITTERのような中心化の広告のプラットフォーム、その投入は“キーワードの検索”に基づいている。しかしこれはただユーザーの“興味”だけを代表して、“消費の行為”だと正確な定義とはいえない。だからCDCプラットフォームの広告サービスは“すでに発生した真実な歴史”で構成する勘定書のデータに基づいていて、発生する広告の正確さと価値ははるかにこれらの伝統の広告のプラットフォームを上回る。正確に“具体的な個人+多元の消費”を目指すという面からみると、消費チェーンCDCはおそらく全世界で最も理想的な広告の投入プラットフォーム。

伝統の消費データ資産のプラットフォームについて、それぞれの業界の“中心”は通常に飲食、娯楽、旅行、文化などの消費データ資産の分析の等級とランキングの計算を担当していて、データの品質の定義と配布サービスに関連している。消費データそのものはまた1つの動態の“勘定書の為替レート”で、これらは消費の勘定書の“勘定書の為替レート”はライフサイクルを持って、だんだん育成するファンのユーザーがあって、勘定書の背後にメーカーとユーザーのインターラクティブの中で“勘定書の為替レート”はいつも有り得る変動を持っている。

しかし、伝統の消費データの“中心”的なサービスは動態の消費の勘定書の“価値”的に直面することで評価の公然さと透明さを実現することができなくて、“価値の変動”により常に流量の割り当てを動態して調査することができないので、消費データの審議と配布システムの公平、公正がありえなくなっていて、デジタルインターネットが人類に貢献する最大の利点“利便性、高い効率、低成本”を失っている。



1.1.3 “真実さと精度の不足+価値”と利益の区分の不公平

消費データ取引市場が混乱したままで、統一して採集と評価することができなくて、大きくデータの生産者のあるべきの権益を損害する。消費データ資産の“中心のプラットフォーム”的な高額の配分の割合がある上に、普通のメーカー、ルート商、広告商などはさらに加えて中間の環節で幾重にお金をもらって、本当の消費者は消費データ資産の取引から発生する誠実な収益を得られなくて、リアルで高い品質の消費データ資産はこれによって消滅されてなんでも見えなくなってしまった。個人は消費データの痕跡を貢献するが、データの蓄積の広告の収益を収穫していないで、本質は不公平だ。

消費データの端末のメーカーはみんな中心のプラットフォームのビジネスコミュニケーションのコストに力を費やしていて、本当の消費製品のサービスの作成には努力していない。中心化ルートではまた“虚偽のアクセス”“自ら上位に押し上げる”“データを取る”など奇形の運営行為が現れている。

1.2 解決の方策

消費チェーンCDCは中心化なしの設計に力を尽くして、生態内のユーザーにブロックチェーンの知能契約のトーケンの方法を与えていて、その自身の行為を利用して消費データ資産に対して“投票”と取引を行う。これによって一つの開放的で公平な、また民主的な消費データ資産の生態システムを創造する。

消費チェーンCDCプラットフォームを利用して、完全な消費データを創立して、個人のデータの資産を形成する。またブロックチェーンによって双方向の匿名の規則を実行して、取引の双方のプライバシーを保護して、リアルタイムで同時にデータを更新する。



1.2.1 経済システム

CDC生態システムは4つのシステムで構成されている。

消費チェーン：

ブロックチェーンを通じてユーザーのデータ資産の財産権の認証を実現して、資産の信用を守るシステムを形成して、双方向に匿名を実行する。

消費資産の取引：

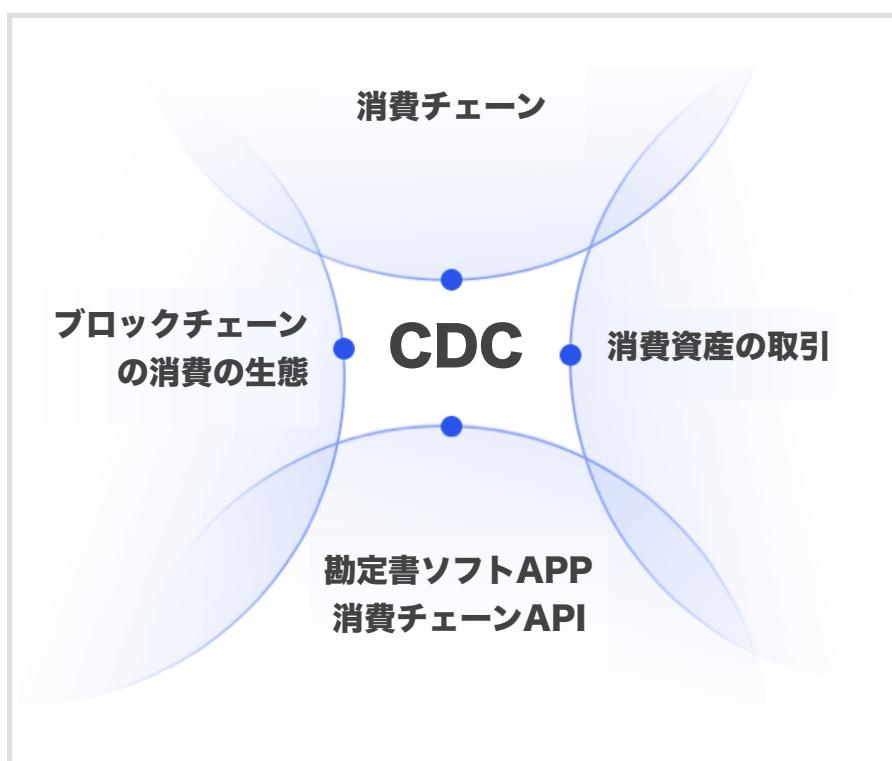
中間業者のデータ資産P2P取引を実現して、中心化なし、メーカーと個人の間の直取引関係を創立する。

勘定書ソフト：

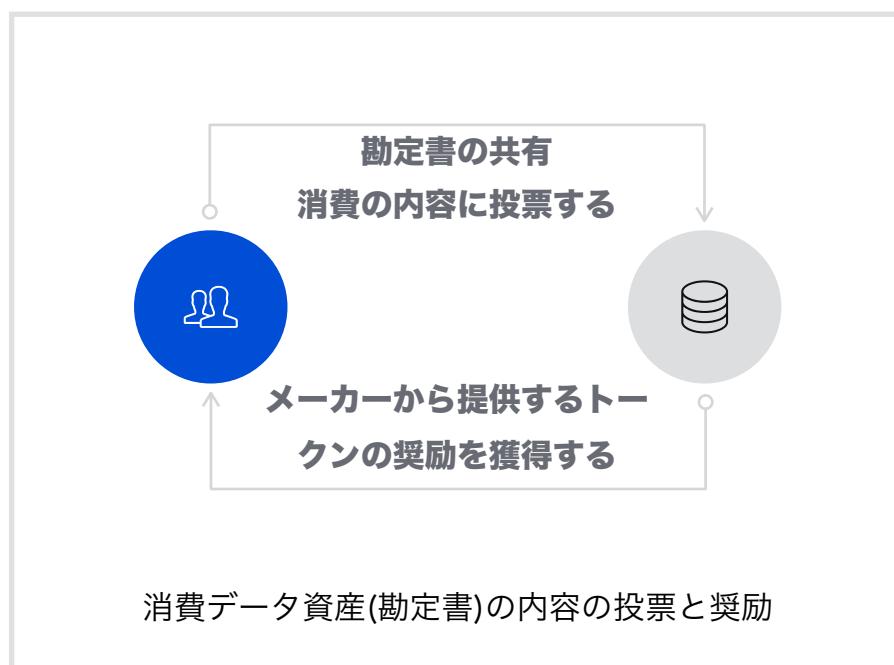
APPあるいはSDKデジタルインターフェイスなどの方法を通じて、ユーザーの消費データのデジタル化の保存を実現する。

ブロックチェーンの消費の生態：

様々なメーカーとビジネス会社はすべて消費チェーンの生態のノードになって、統一的にプラットフォームの通用道具を使って、データ資産の管理と応用を完成する。



同時に、CDC生態チェーンのユーザーは消費する時に、製品のサービスを享受する同時に勘定書を分かち合うことは消費データ資産の内容の“投票”に等しい。これらの“投票”は正確で動態的に“消費データ資産”的本当の“価値”を評価する。もちろん、ユーザーも同様に勘定書がCDCまで分かち合うかどうか、CDCから提供したトークンの奨励を獲得するかどうかを決定することができる。これらの有効な消費の勘定書について勘定書の共有を奨励する同時に、“共有の指標”を通じて内容に対して投票することに等しい。消費データ資産の内容の提供者も同じくその内容を広めて定義することによって提供したトークンの奨励を獲得することができて、上述と衝突していない。勘定書と勘定書の間では、生産者とメーカーの間で双方には一定の競争関係を形成して、中心化なし、下層が高度に自治する目標を実現する。同様にトークンを使うこそ参与できる高い品質の評論と褒めなどの行為も品質評価システムの重要な一部分を構成する。



上記のように消費が発生しているトークンに対して、システムは同等の“ガソリン代”として、いずれも万分の一の手数料を徴収する。裏ワザ操作(運営側が費用を参加者に返却、ゼロガソリン代にする)防止の為、手数料としてのトークンはとある操作不能のアカウントに自動ロックされ、“焼却”される。(例えば：0x000000000000のウォレットアドレスへの送金)。リアル社会と同じように、生産者と消費者は公的

所有なトークン数によって、自分の社交ネット網内のユーザーグレードが定まれ、グレードのもう一つのシステムとして、消費したトークン数は他のユーザーに展示される。



上記の記録は誰でも閲覧できるように、すべて分布式の帳簿に記入している。公開公正性の為、上記の取り引き記録はすべてブロックチェーンの分布式帳簿を通してあらゆる参加者に展開されしている。このシステムは人的インターフェースデザインで、大衆にブラウザしてもらう。

1.2.2 知能契約の取り引き市場

孵化や取引が必要な消費データ資産(勘定書)が取引市場に投入され、価格の自由競争を行う。CDCでのトークンの割り当てや激励の自動実施と同時に、生態内の誰でも消費データ資産の取引や発行を参画できるように、ポートをオープンする。また、価格や激励条件を自ら定義して、創始チームと同じように、ユーザーの使用率でそれなりのトークン激励を手に入れる。そのときは、誰でも利用しない知能契約は創始チーム自身でも収益を手に入れることができない。CDCには分布式な自動決算方法があることから、消費データの生産者がプラットホームに生じる価値は“センター”勘定や決算期限による決算期限の困りごとがない。それに、取引無の“ゴミ”データも取り除かれる。

1.2.3 激励のメカニズム

(1) チームの激励は公開・公平・民主的な投票メカニズムで、CDCの基金会メンバーを始め、生態全体にサービスして、平等の激励条件で、それなりのトークン奨励を手に入れる。万分の一からなる手数料はチームの激励ではなく、基本摩擦上の需要

として、徹底的に焼却され、ゴミ取引を避ける。ある日、ビットコインのように、このCDCシステムを100%大衆に渡し、基金会メンバーの影響力をゼロまで下げ、影響力にコントロールされる懸念のあるセンターを無くす。これがチームの最終的な目標である。基金会は最初、CDCを相当持つことで、それなりの投票権と影響力を獲得する。システムがまとまってからはじめて、所有のCDC数量は投票方策の唯一な基準になる。システムが十分強くなる前、予測不可リスク防止の為、基金会は法律手順にて一致的な行動協議や重要な保護措置を設ける。

(2) 方策委員会はCDC及びCDC生態に対する最高決議機構で、初期は基金会の中心メンバーに暫定に代表され、システムの完全化やトークンの配布に従い、CDC所有期限をロックしている本当の所有者に引き渡している。また、基金会は計画通りに初期のトークンを一步一歩市場に引渡し、取引所などを通して改めて価格を競争して必要な投票比重を手に入れ、大衆に同等のチャンスを与えるとの承諾。

(3) 生態サービス提供者の激励に基づき、方策委員会の投票により選出された技術委員会、データ資産文化委員会、道徳委員会、製品委員会よりオープン・透明なCDC激励メカニズムを策定し、CDC生態に相応しいサービス組織や十分なトークン奨励を提供し、委員会メンバーより自分の所有比例によりCDCをもらう。

例えば：核心ナンバーの開発を更新するチームメンバーの毎年の収入；コンテンツの評価審議を担当する組織メンバーの毎年の収入；

(4) 消費データ資産の貯蓄や取引行う研究開発企業、消費者や宣伝者への激励：開発企業は開発コストを含め自分の希望収入に基づき、ユーザーがデジタル資産を消費するのに必要なトークン数を設ける。システムからデフォルト価格が出るが、最終の価格決定権はユーザーに持たれる。コンテンツの研究開発企業からも奨励として、転送者や展開者にトークンをいくらかもらえる。

ユーザーの消費したデジタルコンテンツ商品は、すべて所有CDCを代価にして消費され、CDCの収益者は消費データ資産の生産者となる。システムは完備された共有連結追跡メカニズム提供し、転載とシェアする人に十分の共有奨励を提供する。技術の実現コストと現地の法律法規により、なるべく可能な限り最大の共有追跡を実現し、生態拡張速度の原子分裂を説明する。自己トラフィックコンテンツ提供者からのこれらの優れたコンテンツへの共有や宣伝を更に歓迎する。ユーザーが勘定書をアップロードする駆動として、パラットホームのポイント以外、ユーザーに60%、該当ディーラーに30%、友達の再共有によりユーザーに10%というロジックで、ディーラーはユーザーに自分の勘定書を推薦してスキナーしてもらう。こうして皆は同じ利益方向になる。

■ 2. 私たちは誰

私たちの使命は：データの貢献者に収益を与える！水を飲むとき、その源を考える。データは同権なこと。

消費チェーン私たちの希望は：ユーザーたちが誰でも自分のデータの主人であるようになる。全世界の消費データを更に容易に保存、共有、商売できるようにする。私たちの旨は消費データ資産(勘定書)の保存分析や取引価値方式を変えることである。私たちは消費データ資産の保存、分析や商売にセンターなし化したインターネットの基礎設備と生態システムを提供している。ネットの力をを利用してユーザーと触れ合えるようにする。ブロックチェーンと知能契約技術をもとに、センターなし化システムや知能的な利益配分システムを作り、消費データ生産者の正面サイクルを激励する。

私たちの旨は未来に向かって、完全に中央のない消費者デジタル資産を保存・分析・商売する生態を構築することである。消費データ資産とユーザーをネットの世界で知り合わせ自由に成長させ、ゴミと奇形生態の雰囲気を除去する。センターなし化の設計を通じて、私たちは最終的に権利を社会の大衆に手渡し、全体のシステムが自ら成長繁殖し、中央のない自ら成長する究極のバーチャル社会形態を実現することであり、継続して生存していくことである。



3. 基礎設備

消費チェーンCDCのシステム設計はブロックチェーン技術の消費データ資産の保存・商売の分布式ネット配布に基づいている。あらゆる基礎設備のコンセプトはハイブマインドと符合し4つの特徴がある：

強制的な中央制御がない

下請け企業が持つ自治の特質

下請け企業間でお互いに接続性が高い

P2P間の影響はネットを通じて非線形の因果関係を形成

消費チェーンCDCのグローバル消費データ資産の取引プラットホーム案を紹介する。

3.1 消費チェーンCDC

センターなし化したデジタル取引プラットホームとしている消費チェーンCDCの下層構造はチーム自身が繰り返して開発した独立的な財源開発協議である。公的ネット(オープン式インターネット)で運営している同盟チェーン(一定の進出制限有り)として、消費チェーンCDCの原始コードはGraphene(Bitshares2.0の核心)forkした上で、Emercoinブロックチェーンの機能協議を吸収し、Moneroの匿名設計を使っている。チームは業務の需要によってGrapheneを大いに改造して、消費チェーンCDC専属のコードを成している。

チームのメイン開発内容：

- (1) クレジット貢献証明メカニズムに基づいてデータ量が大いに異なる企業同士の共有不平等問題を解決する新しい共通認識メカニズム(PoCS - Proof of Credit Share)を開発した。
- (2) データ源の取引に対するデータをそれぞれ権力確認できるデータ資産所有権の認証機能(DPO- Digital Proof of Ownership)を開発した。販売したデータとして、それぞれの独立なデジタル版権証明書があり、ブロックチェーンに記載されている。
- (3) データの取引中の非対称暗号化機能を開発した。データの取引が漏れなく、沈殿なく、安全に終わることができる。
- (4) grapheneの上に、匿名的な設計を加え、データの取引双方による匿名要求を満たす。
- (5) light-walletにJSON-RPCインターフェイスを追加することで、ディーラーたちがlight-walletをダウンロードすればすべてのインターフェイスができる。データの同時性が必要な場合、自らwitnessをダウンロードして繋げば良い。前より便利なことである。

(6) light-walletに知能契約のプライバシーキーサインとデータ伝送到着の復号という非対称マッチ機能を追加することで、データを安全性を確保する。また、データのドッキングアダプタとコールバックメカニズムを追加することで、入力や出力するデータの仕様とアダプタを統一化して、データ源のresponseの改造活動を減らす。また、ディーラーが購入したデータが当該ノードに戻ってきた時は自動復号してディーラーにコールバックする。

考コード:

graphene: <https://github.com/cryptonomex/graphene>
graphene-ui: <https://github.com/cryptonomex/graphene-ui>
emergcoin : <https://github.com/Emercoin/emergcoin>
emcdpo : <https://github.com/Emercoin/emcdpo>
emcssl: <https://github.com/Emercoin/emcssl>
emclnx: <https://github.com/Emercoin/emclnx>
monero: <https://github.com/monero-project/monero>

3.2 性能の最適化

GrapheneがLMAX取引所の処置経験を吸収して、一秒毎に10万回の取引もできることに対して、下記の六つのキー・ポイントがある：

- (1) すべての資料を内部メモリーに置く；
- (2) 核心業務のロジックを単スレッドに置く；
- (3) 暗号化計算操作(ハシとサイン)を核心業務ロジック以外のところに置く；
- (4) チェック操作を状態独立と状態依存検査に分ける；
- (5) 対象向けのデータモデルを使用する；
- (6) Pob方式を使用する。Bはbill、勘定書だ。勘定書をアップロードすることは鉱山の発掘、しかもハードウェア化した鉱山発掘活動で、世界中でも唯一だ。
消費チェーンCDCの下層ブロックチェーンは上述の5箇所を更に改善することで、一秒毎に百万回の取引ができる。

3.3 ブロックチェーンのデータ膨張対策

消費チェーンCDCは下記2方式でデータ膨張対策：

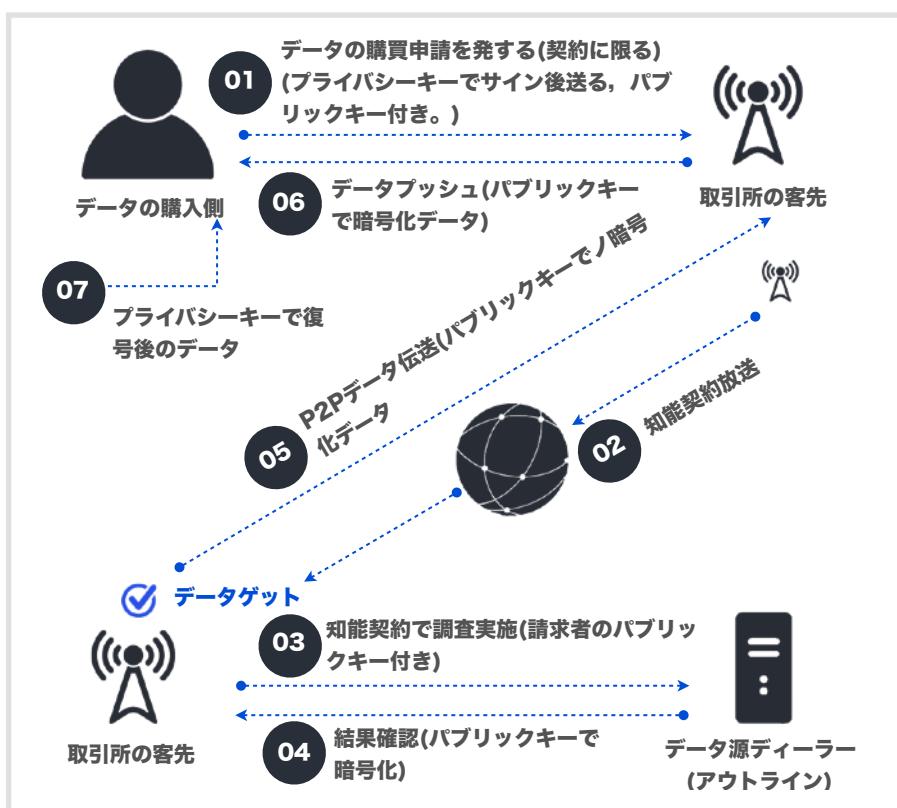
先ず、消費チェーンCDCはgraphene同様で、witnessとlight-walletを分けている。あらゆる勘定書のノードを同時化する必要がある場合はwitness(full node)を運行するが、ほとんどのユーザーは何十兆のlight-walletを運行すれば良い。また、light-walletはどのwitnessにも繋げる。消費チェーンCDCはlight-walletの上に更にJSON-RPCを多量に開発した。ディーラーがデータかデータ源を購入して市場に入るある

いは加盟する場合、witnessに依存しなくても、light-walletに対してインターフェイスを開発すれば良い。勿論、full nodeと同時化したがるディーラーは自分のサーバーにwitnessをインストールして、light-walletとこのノードを繋げば良い。

次は、消費チェーンCDCには取引の源データや暗号化された源データは保存せず、データの取引概要、証書、デジタル版権及び他の取引所に依頼されている基本情報だけを保存しており、ブロックのサイズを縮めたと同時に、暗号計算が爆破されることによる勘定データ漏れのリスクを防止することもできる。

3.4 暗号学にて消費チェーンCDCにデータのキャッシュ・沈殿なしへの証明

あるデータ購買者のノードとデータ源のノードの間のデータ伝送を例として説明する。



データの購入者であるディーラーAはプライバシーキーで知能契約にサインして(プライバシーキーはディーラーがクライアントで自分のやり方で作った他人に入手されないものだ)、自分のパブリックキー付きで発送して、取引所のクライアントを通してフルノードに放送する。上図のデータ源ディーラーノードに放送が入り、データ源のインターフェイスで調べる。データ源でデータがある場合、ディーラーAのパブリックキーで源データを暗号化してp2pでディーラーAのクライアントノードに伝送する。そして、ディーラーA のクライアントノードからデータをディーラー

のインターフェイスにプッシュして、ディーラーAがそのプライバシーで復号して源データを得ることになる。全過程には非対称暗号法(SM2椭円曲線計算法)を使う。暗号化データに使われているのはディーラーAのパブリックキーである為、ディーラーAのプライバシーだけが復号できる。データパッケージが途中捕まえられても復号できなく(消費チェーンCDCに捕まえられてもプライバシーがない為解けない)、データの取引中の伝送安全性を徹底的に保障する。

4. 特徴

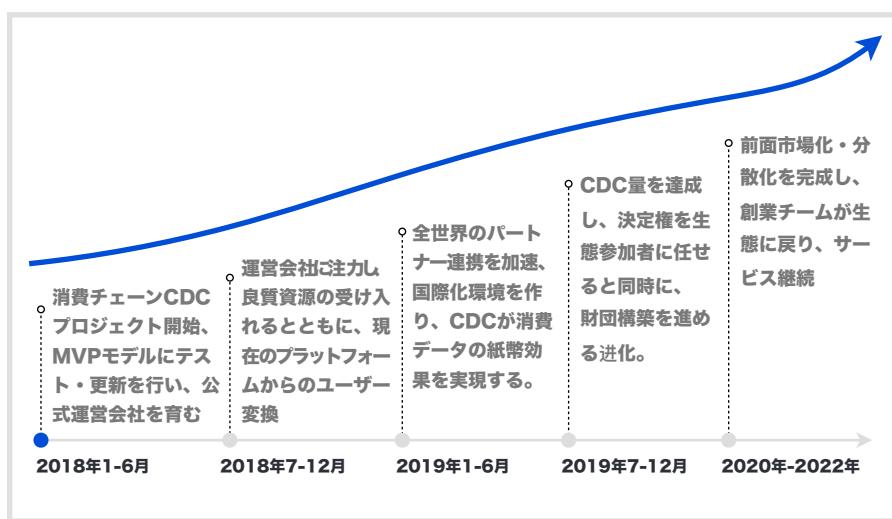
CDCは独立した暗号化されたデジタル通貨システムより生じたトークンだ。所持者はそれを取り巻いて作られたバーチャル経済消費社会内の関係サービスを購入することができると同時に三方面のプラットホームを通じて開放的な交換もできる。CDCはイーサリアムのブロックチェーンとスマートコンタクトを基礎にして作られ、すべての帳簿と取引記録が公開されており、生態の公平と公正を保証している。

5. 価値の激励

CDCは基礎施設の構築を取り巻く中で唯一流通するバーチャル暗号化通貨であり、それは代用不可のものである。ユーザーは生産、消費もしくは宣伝を問わずすべてCDCを唯一の価値交換ツールにする必要がある。同時にシステム基礎設備の保護及び関連する技術の研究開発すべてにCDCが取り巻かれ、交換と奨励がなされている。CDCの総数量は100億枚で、システムはすべての取引から万分の一の手数料を徴収し、ゴミ取引の発生を避ける。またその手数料を焼却するため、チームはそこに全くの利益を得ていない。CDCはイーサリアムブロックチェーンとスマートコンタクトに基づいて発行され、総数量は永遠に増やせず、公衆に公開している。システムの創始チームとして、初の公開販売以外、CDCの激励を獲得している特有方法やルートが一つもない。生態内のすべての参与者と、共同で努力し同様の奨励を得るしかないのである。生態管理と方策決定の組織として、長期に固定されたCDC数量が投票発言権の基礎である。決策委員会はCDCを長期所持することが激励され、CDCの長期的価値が最大化されることになる。

6. 路線図

消費チェーンCDC全体の発展は短期的な構成と長期的な改善を組み合わせた開発プロセスであり、ブロックチェーンとスマートコントラクト技術の成熟・普及に伴い次の戦略的ステップを徐々に改善される。ここでの戦略計画では、詳細な開発計画を伴わずに要点のみを説明する。より詳細な計画は、公式ウェブサイト(<http://cdcf.io>)で公開される。



2018年01月-2018年06月

ブロックチェーンやスマート契約の基礎がまだ完璧ではない為、ストレージ、ソフトウェア暗号化、スプリットトランザクション、コンピューティング、トラフィックプロバイダなどは、まだ成熟した企業がない。消費チェーンCDCのMVP(最小化製品)モデルは、既存の実績のあるプラットフォームでテスト運営される。現在のチームはモデルの改造と再設計を行い、集中型アーキテクチャは徐々に非集中型アーキテクチャに移行させる。Amazonのスマートクラウドコンピューティングサービスであるlambdaがリリースされ、その技術は成熟しており、信頼性が高いため、試行版は米国のインターネット環境で最初にリリースされる予定だ。テストインフラストラクチャについて肯定的かつ楽観的な見解を示る。この期間中のプログラムの進捗状況は、Githubと公式ウェブサイト(<http://cdcf.io>)に掲載されるので、みんな様ご監視ください。

消費チェーンCDCカンパニーに属する消費チェーンCDCに基づいた最初のデータ運営会社を孵化させ、消費者データ資産・請求書保管と取引の研究開発業務とデータメンテナンスを主に行う。既存の市場に基づいて、チームは消費者データ資産と消費者の関係を運営・維持し、機会があればユーザーを徐々に消費者CDCのエコシ

ステムに移動させる。日本と北米でのモデルテストが完了した後、徐々に市場の状況に応じて移転させ、全世界対応可能なインフラストラクチャーを徐々に改善させていく。市場が完璧でない場合は、必要な要点を確立し・削りながら行っていく。

2018年07月-2018年12月

CDC財団は、健全なインフラストラクチャーができると、CDCの流動性とシナリオを向上させ、製品のサービス向上させるために、数量運営に重点を移す。消費チェーンCDCは、CDC創業チームが市場のロールモデルを早期導入者の少ない時期に開始し、市場に見本となる最初のプロフェッショナルフローオペレーターだった。国内市場の現状と長年の努力した上での理解から、コンテンツ事業者は、高品質の飲食・エンターテイメント事業、交通・観光事業、教育・保健事業を第一のバッチを選択し、既存のプラットフォームからビジネスを誘致する。

2019年01月-2019年06月

前期の数量基盤を取得した後、インフラストラクチャは、世界中の多くの国や地域で拠点を作り、他の消費エリアのパートナーを孵化・導入させる。とめられない勢いで全体の消費チェーンを原子爆発させ、関連分野の専門運営チームを介して、さらなる高速な発展を期する。同時にCDC財団が地域協力の取り組みを通じて、世界のインフラを整備し、パートナーを増やし、消費チェーンのCDC世界化を加速させる。最初の成功事例後、CDC財団は各文化や国を越えて世界中の消費データ取引の標準通貨になるように、より多くのパートナーとトレーニングとコラボレーションを強化する。

2019年07月-2019年12月

CDC流通性の完璧化に伴い、設立チームは生態全体への影響力を徐々に弱め、生態系参加者に意思決定権を渡し、所有するCDCはオクション式で市場に入る。所有権の分散化により、本当の権利をユーザーに交付するとともに、財団の公式と連組織の改善をする。

2020年-2022年

CDCの徹底的な市場化と分散化を完成させた後、設立チームCDCは競争入札を通じてCDC生態に再参入し、一部のCDCを取り戻すとともに、生態全体に役立つようにする。

7. 法令と法規

7.1 運営主体

消費者チェーンCDCチームは、「地方分権化された組織の活力は、中央統制組織よりもはるかに大きい」と確信している。したがって、CDCは誕生した初日から、特定の利益組織ではなく、前社会に属する。

それゆえ、消費チェーンCDCはシンガポールでCDC財団(CDC Foundation)を設立した。主な任務は、非営利でオープン・平等かつ透明にCDCネットワークを運営し、CDCおよび開発チームのサポートをする。CDC財団はシンガポール会計と企業管理区(ACRA)に承認され、シンガポール会社法の監査を受ける。財団は有資格者取締役や管理委員会が運営し、政府と独立して。シンガポールは安定と健全な法的および金融環境が知られている。CDC財団は、シンガポールで設立された非営利エンティティ(Non-Profit Entity)で、シンガポールの法律に従って、財団はサポートまたは公共の利益または私的利益の活動に参加することで、組織の商業的利益の法的な確立なしとする。財団が獲得した「利益」は余剰と呼ばれ、メンバー間で利益を分配することなく、他の活動のための資金として保持されます。CDCは、国のコンテンツが各国の法律、規制、文化に従っているうえで、各とのためのルート・オブ・サービスとコンテンツ審査委員会を設置する予定だ。適法性とコンプライアンスに基づいて、カルチャースタイルは各自独自の文化的定義に従って、またその倫理的および文化的検査委員会に属すことによって定義される。

7.2 組織の管理及び投票

CDC財団が、公正で透明性を前提として、財団の資金と資源を合理的に活用し、CDCの急速な発展を常に促進し、CDCの適用シナリオを拡大し、CDCの生態学、3階層の組織構造は次のようになる。

意思決定委員会

意思決定委員会は、重大な問題の管理と意思決定を担当し、執行機関長と重要な意思決定の責任者の任命および解任を含む。意思決定委員会のメンバーは3年間任期を務め、再選することができる。委員会には議長があり、決定すべき問題はまだきまっておらず、意思決定委員会の最初のメンバーは、CDC創立チームと投資家の協議により決まる。意思決定委員会は生態センター及と技術研究開発センターで構成されている。

生態運営センター

生態運営センターは、ゲーム業界とのコンビネーションで「コンシューマーチューンCDC」のアプリケーションの緊密さを拡大する責任を負い、コミュニティの運営、エコビルディング、さらには商業的な導入を担当している。人工知能、国境を越えた取引、相互運用性、価値共有を達成する。

技術研究開発センター

R&Dセンターは、基盤技術の開発、テスト、オンライン、監査などを担当している。SDKは、市場の共通言語をサポートし、各プラットフォームの技術サポートを提供し、必要に応じてオープンソースコードを提供する。

CEO

CEOは意思決定委員会によって選出され、意思決定委員会に説明責任を負う。CEOは、意思決定委員会の関連する決議および規則の実施を完全に組織し、CDCの日常業務を担当し、割り当てられた目標を完全に完了し、定期的にCDCに報告する。CEOは、必要な機能部門を設置する権限を持ち、グループの雇用マネージャー、技術の研究開発、製品設計、生態学的なオペレーション、マーケティング、財務監査および他の5つの部門の調整のための責任を組織、管理システムのためのセンターを形成する。

8. 交換の細則

まず、CDCの総量(以下総量といいます)は100億Tokenで、以下の方法で配布する。

- (1) 民間の配置代理店40%の招待、合計40億Token、ただし100個以内代理店。非中国内陸エリア、非米国、非韓国機関。財団は、迅速なプロトタイピングとそれに続く健康的で持続的な地域社会の発展と生態環境全体を維持するために、主に生態学的インキュベーション、マーケティング、商業開発、法令遵守などに使用される。
- (2) 基礎生態学建設25%、合計25億Token。グローバルな生態学的インフラストラクチャのために、他のデータコンテンツを参加させて参加させる。
- (3) 20%のユーザープロモーション、合計20億Token。コミュニティのパートナーシップを通じて、CDC財団は世界をインフラストラクチャーで再評価し、CDCの世界市場への流入を促進するためにフローパートナーをインキュベートする。
- (4) Startup&Dev Teamインセンティブ15%合計15億Token。チームを創設から、生態環境を形成する工程迄のプロジェクトの設計、組織のリソース、プレインキュ

ーション事業環境の面で多くの作業を行っているので、人間、知的・物的資源の持続的な投資を行っている。したがって、15%のCDCシェアは、財団が作成したトークン配分計画のチームインセンティブとして確保される。CDCのこの部分の解禁は、最初の年3.75%、2年目の3.75%、3年目の3.75%、4年目の3.75%をとする。



第二、特別メモ

CDCシステム内のすべての取引について、不法取引を防ぐ為に、1,000ポンドの「ガンバ」手数料を徴収する。取引頻度が予想以上に高い場合、システムを通常に機能させるように「ガンバ」の割合を再度適切に調整する。ブラックボックス操作を防ぐために永久に破壊される。

第三、売却

CDCスワップは、以下の2つのトークンがある:ETH / Qtum。
指向招待価格1ETH = 65000CDC、1QTUM = 2000CDC

第四、解放機構

初回解除30%、その後毎週5%、14週間後分売完了

第五、分配振込

CDCが分配完了するまでには最長1ヵ月かかり、最速交換が終了するとすぐにリリースすることができる。CDCは、CDCが正式に割り当てられると、プロジェクトへの参加を中止する機会がある。詳細の時間と日付は、細則にご参照してください。

9. チーム紹介

財団主席



Mikako Hara

Chief Global Officer
TEAMZ Inc. Executive Vice President

運営者



Inaki Olano Eraso

Chairman of the foundation
CEO (Desingune) Production & Consultancy

主席顧問



李明遠

百度前高級副總裁

常務顧問



楊寧

有名天使投資者
樂博資本創始者



李竹

イギリスの天使基金
の創始者、中国の青
年の天使会会長

顧問チーム秘書長



赫暢

黃太吉創業者

日本市場のチーフアドバイザー



董路

日本の美食Japan
Foodie創始者

業界の技術顧問



帥初

比特幣・以太幣以外
の最大なブロック生
態チェーン創設者



崔曉波

TalkingData 創業者 & CEO
南开大学卒業、BEAアジア太平洋テレコム技術センターディ
レクター、Oracle中国区A&Cテクニカルディレクター



沈陶磊

雷盈技術創業者&CEO,
中国ブロックチェーン
応用研究センター理事



張華

複数のデジタル資産取引プラッ
トフォーム投資家、IDEL
International Digital Economy
Alliance Initiatesの開始メンバー

業界顧問を応用する



王慧敏

小南国ブランドの創
業者



黃耕

黄記煌三汁焖锅的
CEO



馮浩

快道創業者、CEO



王寧

POPMART創業者



will jiang

360金融連合創業者、有名
投資人、ブロックチェーン・
戦略・投資専門家



李岩

有名媒体営業専門家
Wemedia創業者



方剛

前搜狐高级副社長
鮮老虎技術社長



張晋源

同道大叔CEO

投資人



李竹

イギリスの天使基金
の創始者、中国の青
年天使会会長



馮浩

快道創業者、CEO



楊寧

有名天使投資者
樂博資本創始者



張儼

西安映画製作所名誉コンサルタント・広証梧桐定
増ファンドの創設者と総經理・泰岳梧桐インダス
産業ファンド・泰岳梧桐教育基金ファンド

投資組織



10. リスク提示

政策リスク

現時点では、ブロックチェーン・プロジェクトの規制政策とスワップの資金調達は依然として不透明であり、政策上の理由により損失が生じる可能性がある。市場リスクでは、データ資産市場全体の価値を過大評価すると、リスクは増大し、参加者はスワップ・プロジェクトの成長が過度に予想するかもしれないが、これらの高い期待は実現しない可能性がある。

監査リスク

CDCを含むデータ資産は非常に不安定だ。データ資産取引の規制が厳しくないため、電子トーケンが急増急減し、ディーラーの操作を受けるリスクがある。経験不足な個人参加者は、市場の不安定性に起因する資産ショックや心理的ストレスに耐えられない可能性がある。学者や政府メディアなどは常に参加するには慎重にアドバイスをしているが、書面による監督方法や規定は公表されていないため、このようなリスクは効果的に回避することは難しい。

予見可能な将来には、ブロックチェーンと電子トーケン領域の規制を制限する規制が導入されることは否定できない。もし規制当局がセクターを規制する場合、スワップ時に購入されたトーケンは、価格や市場性変動がこれに影響される。

チームリスク

現在のブロックチェーン技術チーム、プロジェクトが多数存在しており、競争は激しい中、強力な市場競争とプロジェクト運営圧力が強い。CDCプロジェクトが多くの優れたプロジェクトを突破し広く認識されるかどうかは、自社のチームの能力やビジョン計画に関係するだけでなく、激しい競争を直面し市場の多くの競合企業やオリガルチ影響を受ける可能性が有る。長年にわたり創設者によって蓄積されたコンタクトに基づいて、CDCは活力と強さの両方を備えた才能のチームを集め、ブロックチェーン分野の上級実践者と経験豊富な技術開発者を集めた。チーム内の安定性と結束は、CDCの全体的な発展に不可欠だ。将来の開発では、核心人員が辞めることにより、CDCの全体的な悪影響をもたらす可能性が有る。

統制リスク

設立チームは、白書に記載された開発目標を達成し、プロジェクトの成長のためのスペースを拡大するための努力を惜しまない。しかし、業界全体の開発動向に予想外の要因があった場合、現在のビジネスモデルと全体的な計画アプローチは、市場の需要とよく一致せず、結果として管理不能になり、赤字になる可能性もある。その間、このホワイトペーパーはプロジェクトの詳細が更新・調整される可能性があ

るため、スワップ参加者がプロジェクトの最新の詳細を容易に入手できない場合や、プロジェクトの最新の進捗状況を知らない場合、参加者または一般の人々は非対称プロジェクトの意識が不足しているため、フォローアッププロジェクトの開発に影響を与えることがある。

技術リスク

まず第一に、このプロジェクトは暗号アルゴリズムに基づいており、暗号技術の急速な発展は潜在的な危機を招く恐れがある。

第二に、現在のブロックチェーンの非集中化と意図しない改ざんに基づいて、その間、CDCチームは技術の完全な適用を完全に保証することができない可能性があるが、その間にプロジェクトの更新と調整の過程で発見された抜け穴がある。これはパッチを発行することで是正できるが、その影響度を修復できない可能性がある

安全リスク

安全面では、個々の支持者の額は少ないが、総数が多く、プロジェクトの安全性と安全性に対する高く要求される。電子トークンは匿名であり、トレーサビリティやその他の特性が難しく、犯罪者やハッカーによって容易に使用されたり、犯罪行為のような違法な資産を含む可能性がある。現在知られていないその他のリスク：ゾーン高速連鎖技術と業界全体の状況が継続的に発展する中、CDCは予期しないリスクに直面する可能性がある。チームの背景、プロジェクトとアイデアの全体的な枠組みの認識、ビジョンの合理的な調整したうえで、トークンの交換を参加する決定決定してください。

免責事項

当文書は情報提供のみを目的としており、文書の内容はご参考までであり、CDCおよびその関連会社における株式または有価証券の売却に関する投資勧誘ではない。招待状は、関連する証券法およびその他の法律のもとで、秘密の覚書の形でなされなければならない。当文書の内容は強制参加と解釈してはいけない。このホワイトペーパーのコピー入手するか、このホワイトペーパーを他の人と共有する必要性を含めて、このホワイトペーパーのいかなるものも、エクスチェンジへの参加とはみなされない。交換に参加することは、参加者が年齢基準に達し、完全な市民能力を有することを意味し、CDCとの契約は真実であり、有効である。すべての参加者は契約に署名する前にCDCの明確で必要な理解を提供されたうえで、自発的に契約に署名した。CDCチームは、このホワイトペーパーの情報が真実で正確であることを確実にするため、引き続き合理的な試みを行っていく。開発プロセス中、プラットフォームのメカニズム、トークンおよびそのメカニズム、トークンの配布など、プラットフォームが更新される可能性があります。プロジェクトの進捗に伴い、新しい白書に文書の部分が調整され、チームは通知や新しい白書をサイトに掲載して更新をリリースする。最新のホワイトペーパー入手し、アップデートに基

づいて意思決定をタイムリーに調整してください。CDCは、(i)本書の内容、(ii)本書の情報の誤り、(iii)本書に起因する行為から生じるいかなる損害についても、参加者の責任を明示的に否認する。チームは文書に記載された目標を達成するための努力を惜しまないが、不可抗力の存在により、チームは完全な完了を約束できない。

CDCは、投資商品ではなく、プラットフォームのパフォーマンスにとって重要なツールである。CDCを持つことは、CDCプラットフォームの所有者に付与された所有権、管理権、または意思決定権を表すものではない。CDC暗号化されたデジタル通貨は、次のカテゴリに属しない：(a)いざれかの種類の通貨(b)有価証券(C)法人実体の株式;(d)株式、債券、手形、ワント、証明書やその他の権力書。

CDCの価値は、市場ルールの適用に依存し、それは任意の価値を持っていない可能性があり、チームはその価値へのコミットメントをしない。価値の増加または減少及びその影響は一切責任を負わない。適用される法律が許容する最大限の範囲内で、損失や為替リスク等で直接または間接に個人へ損害、事業利益、経済的損失やビジネス情報等の損失は当チームは一切責任を取らない。CDCプラットフォームは、業界の規制と業界の自己宣言交換開発に役立つ任意の健康規制を遵守する。参加者は、参加した時点からそのような検査を完全に受け入れ、遵守ことになる。同時に、このような検査を実施される際、参加者が開示するすべての情報は、完全に正確でなければならない。その検査に代わって、スワップに関与している参加者は当CDCプラットフォームの潜在的なリスクの説明を理解するための規則を承認しなければならない。CDCプラットフォームは参加者のリスクは一切負いない。

11. 連絡先

公式ウェブサイト：<http://cdcf.io>

メールアドレス：CDCfoundation@gmail.com