



 **efir**

WHITEPAPER

efir.io (former qaazqaaz.com)

April, 2018
v3.0

We are producing this site for native advertising with bloggers. All of the barriers for advertisers are removed thanks to increased advertising quality, decentralized training, and effectiveness control. Our technologies allow us to buy native advertising from bloggers all over the world. We will help bloggers who share their unique skills to reach success. Our API allows technological startups aimed at increasing the quality of advertising with bloggers to get access to the market. Our successful experience in the CIS market on YouTube allows entry to international markets and represents us on social networks.

«With your assistance we will make this market transparent and wider».
Shayakhmetov Denis. CEO at Efir.io (qaazqaaz.com)



概要

グローバルなネイティブ広告市場は活発な成長を見せています。欧州における広告主のインフルエンサーを伴うキャンペーンへの支出は2020年までに132億ドルに達します。2015年時点では支出額は52億ドルでした。

市場の障壁を破り、トークンの価格を上げるために、当社は大規模なプロジェクトを体系的に実施しています。市場の規模を数倍に拡大する上で障壁となる要素は何でしょうか？5つの要素が挙げられます。

無料かつ公開されたブロガーの検索エンジンやマーケットプレイスが存在しません。当社はネイティブ広告の市場参加者および外部のスタートアップ企業に向けて、スマート検索エンジンと無料のマーケットプレイスを作成することでこの問題を解決しています。当社はブロガー、広告主、外部スタートアップとのスマート契約にQZトークンを使用します。

ブロガーはプロの広告制作者ではありません。ブロガーの広告品質を上げ、ニッチな話題におけるブロガー不足を解消するために、当社は分散制作と名付けたサービスを開始しました。ブロガーのクラウドファンディングにはQZを使用します。

広告代理店が不足しています。当社は半年前に広告代理店向けの業務ツールを立ち上げ、代理店が市場に参加しやすいようにしました。現在は、代理店の業務プロセスを完全に自動化するためのツールを開発しています。これは有料サービスです。QZトークンが支払いに使用されず。

PR効果を測定できません。PR効果をどうやって測定するか、誰が理解しているのでしょうか？当社です。ブロガーのPR効果をスマート計測することで解決します。これは有料サービスです。QZトークンがこのサービスの支払いに使用されます。

ネイティブ広告市場は不透明です。当社は自社の分析サービスを使用して市場の透明性を高めます。これは有料サービスです。QZトークンがこのサービスの支払いに使用されます。

さらに、当社は独自データを大量に所有しており、外部スタートアップ企業がAPIを通じてそれらを活用できるようにしています。efir.ioプラットフォームにてサービスを販売する場合、外部スタートアップ企業は当社のトークンを使用することになります。

当社は約束した以上の内容を提供しています。17か国語への翻訳、17万8000ものブロガーのスマート検索などは事前に約束していません。また、PR効果の評価については何も言及していませんでした。当社は未公開の魅力的なプロジェクトをいくつか開発中であり、お客様の期待を超える内容を提供していきます。

当社のトークン交換にご参加いただき、共に市場を変革していきましょう。exchange.efir.ioにてぜひご登録ください。当社はERC20スマート契約をトークン実装に採用しています。全ての放出されたQZトークンは全参加者へ分配されます。メイントークン交換の後には株式公開が見込まれています。

Contents

概要	2
2. 市場の考察：成長の見込みと参入障壁	4
2.1 ネイティブ広告の世界市場規模は拡大中です	4
2.2 当社はソーシャルネットワークに注力します	4
2.3 ユーチューブのP2P広告市場は大きな開発機会を秘めています	5
2.4 ユーチューブのFamebit (およびその他) はefir.ioの競合ではありません	7
2.5 市場の障壁	7
3. Efir.io (リブランド前はqaazqaaz.com)の下位プロジェクトとトークン利用	8
3.1 Efir.ioの検索エンジンとマーケットプレイス	8
3.2 Production.efir.io	9
3.3 Agencies.efir.io	9
3.4 PR.quality.efir.io	10
3.5 Analytics.efir.io	10
3.6 API.efir.ioと外部のスタートアップ企業	10
3.7 成長の軌跡と市場における現状	11
3.8 Efir.ioが市場に対して現在および将来提供できるメリット	11
3.9 プロジェクトの目的は市場の規模を数倍に増やすことです	12
3.10 Efir.ioのマネタイゼーション	12
3.11 開発と技術プロセス	13
3.12 プロジェクト開発計画	13
4. プロジェクトチーム	15
5. トークン交換手順	19
5.1 プライベート交換	19
5.2 プリトークン交換	19
5.3 メイントークン交換	19
5.4 ポストトークン交換	20
5.5 今すぐトークンを購入すべき理由	20
6. ロイヤリティプログラム	21
6.1 ブロガーとマスメディア向け	21
6.2 ICOチーム向け	21
7. トークン交換後のプロジェクト管理	22
8. リンク	23

2. 市場の考察：成長の見込みと参入障壁

2.1 ネイティブ広告の世界市場規模は拡大中です

ネイティブ広告の世界市場規模は拡大しています。BI Intelligence社によると、米国におけるネイティブ広告の利益率は2016年の56%から2021年の74%へ成長する見通しです。Adyoulike社によると、各種ブランドがネイティブ広告に対して行う支出は今後3年で倍増します。EMarketer社の調査結果はこの傾向を実証しています。欧州の広告主がネイティブ広告へ支払う額は2015年時点で52億ドルであり、2020年には132億ドルに達すると見られています。2016時点では、支出額は67億ドルと予想されていました。

2.1.1 オピニオンリーダーを起用した広告は世界的トレンドです

eMarketer社によると、米国における市場専門家の84%が、12か月以内にオピニオンリーダーを起用したマーケティングのキャンペーンを開始する予定です。スポーツマンの広告誘致力を推定するHookit社によると、インフルエンサーへのスポーツ資金提供は2017年に440億ドルに達する見込みです。MediaKix社によると、世界のブランドがインスタグラムブロガーを通じて広告に支払う額は、毎年約10億ドルから2019年には倍の規模に成長する見込みです。

«VK.com»によると、集団広告市場の規模は2013年時点で約1億ドルでした。2016年、潜在的な広告市場と既存の広告市場が同額の約40億ドルに達することが明らかになりました。集団広告は様々な分野のブランドにて好評を博しています。例えば以下の例が挙げられます。マイクロソフト、Skyscanner、バーガーキング、IKEAなどです。

2.1.2 ブロガーとの提携が世界の企業組織にとって優先度を増しています。

今日ではブロガーへの信頼が確立されており、彼らは需要を喚起できます。2017年、アマゾンとオピニオンリーダーと共同で特別提携プログラムの開始を発表しました。Wildberries社（オンラインのアパレルストア）と共同でグーグルが2017年4月に発表した報告書によると、顧客は特定の商品を求めるのではなく、インスピレーションを求めてショッピングを開始します。インスピレーションの源は、インスタグラムやユーチューブといったソーシャルネットワークに求められます。

2.2 当社はソーシャルネットワークに注力します

2.2.1 全てのネットワークがブロガーとのP2P広告に対応しているわけではありませんこのため、当社はユーチューブに優先的に取り組みます。

ソーシャルネットワークにおいては、広告主の費用はネットワークを乗り越えてブロガーへ直接支払われるため、ソーシャルネットワークはP2P広告市場の発展に関心を示していません。一部のソーシャルネットワークはP2P市場に対抗する可能性があります、その他は何もできません。

全てのソーシャルネットワークは、2つのセグメントに分けられます。やりとり主体（フェース

ブック、インスタグラムなど）と、コンテンツ主体（ユーチューブ、Twitchなど）です。やりとり主体のネットワークは友人とのつながりに専ら使用されます。そうしたソーシャルネットワークは投稿に見せかけた広告を使用しており、ブロガーの活動を支援することには興味がありません。このため、ブロガーおよび彼らを通じた広告には自然と制限がかけられます。例えば、フェースブックは5,000人以上の友人を持ってないようにしています。インスタグラムは外部ソースへのリンクを禁止しています。

コンテンツ主体のネットワークは、独自コンテンツを楽しむために通常は使用されます。コンテンツアクセスの主な方法は特定のブロガーの購読ですが、この場合はソーシャルネットワークの規定に従う必要があります。高品質のコンテンツを生成するには、特殊な能力とリソースが必要です。人気のクリエイター（ブロガー）は、そうしたネットワークに参加することをフルタイムの職業にしています。通常、コンテンツの量は大規模になり、ユーザーは全ての投稿内容をチェックする時間を取られます。そのため、ネットワークはコンテンツ内に広告を埋め込みます。そうしたソーシャルネットワークはブロガー抜きでは存在できません。そのため、彼らはオピニオンリーダーの育成に興味があります。コンテンツ主体（ユーチューブ、Twitchなど）のネットワークがP2P広告に対抗することは無意味です。ブロガーにいかなる形であれ圧力がかかると、ユーザーが減ります。そのため、コンテンツ主体のネットワークはP2P広告市場に歯止めをかけることは一切行えません。

その結果、コンテンツ主体のソーシャルネットワークの最大手であるユーチューブが当社の優先事項となっています。インスタグラム、フェースブック、その他は対象外です。

2.2.2 ユーチューブ上のネイティブ広告は従来の広告と比較して5-10倍の効果を持ちます
ユーチューブ上の広告は2つのカテゴリーに分けられます：ユーチューブ自体が販売（adwords.google.com経由）するものと、ビデオの作成者が販売するネイティブ広告です。従来の広告と比較して、ネイティブ広告はいくつかの重要なメリットを誇ります。com-Score社によると、従来の広告と比較してネイティブ広告は5-10倍の効果を持ち、CTRレベルは0.5-1%です。

2.3 ユーチューブのP2P広告市場は大きな開発機会を秘めています

2.3.1 500万人以上の購読者を持つユーチューブチャンネルは540以上存在します
ユーチューブは世界で最も人気を博すリソースの一つであり、10億人以上のユーザーを抱えます。

ユーチューブは米国やロシアにおいていかなるケーブルTVよりも人気を博していますが、ユーチューブにおける広告需要はTVよりもはるかに下です。

1000万人以上の購読者を持つユーチューブチャンネルは140以上存在し、500万人であれば540以上、200万人であれば1500以上となります。

広告主が興味を示すのは2万人以上の購読者を持つユーチューブチャンネルです。そうしたチャンネルは世界中で17万8000以上存在します。

ブロガーは通常、チャンネルの説明にて連絡先を公開しています。広告主が適切なチャンネルを見つければ、ブロガーへ直接連絡し、マーケットプレイスに支払う必要がありません。

ん。
人気ブロガーは100%事前支払いにて取引することを望みます。ブロガーは人気と評判を持つため、広告主と公平に取引できます。これが、人気ブロガーが支払いの保証人としてマーケットプレイスを必要としない理由です。

高品質の広告はブロガーと広告主の緊密な提携が必要となり、結果としてやりとりに多大な費用が発生します。

広告主は決断を下す前に広告の閲覧数を考慮しなければなりません。ブロガーの購読層の質も、考慮に入れる必要があります。チャンネルの閲覧者に関する情報は公開されており、ブロガーのみが利用できます。ユーチューブはそうした情報を持たず、公開のツールも用意していません。

広告主にとっては、広告の質も非常に重要です。効果的に広告を打つためには、コンテンツへ専門的に統合されなければなりません。製品やサービスの具体的な機能や主なメリットを明確に実証する必要があります。ほとんどのブロガーは広告の専門家ではないため、広告の質は観客のニーズと必ずしも一致しません。

現在の技術ツールを用いれば、マーケットプレイスはユーザー情報を収集して公開できます。外部サービスがユーチューブの統計情報にアクセスするためには、ブロガーの許可が必要です。ブロガーにとってユーチューブのチャンネルは主な収入源であるため、ブロガーは外部サービスに対してそうした情報を公開することをためらいます。

これは、ある種矛盾した状況です。広告代理店は全て、ブロガー自身が提供するスクリーンショットを使用してユーザーに関する情報を取得します。しかし、ブロガーはスクリーンショットを定期的に取得しないため、代理店がユーザーに関して持つ情報は最新ではありません。

マーケットプレイスも、ブロガーと広告主とのやり取りを複雑にします。ほとんどのブロガーは広告を作成できません。そのため、ブロガーと広告主との間で直接やりとりができないマーケットプレイスを使用する理由はありません。

2.3.2 大規模な技術プラットフォームの数はわずか60ほどに過ぎません。

あらゆる国際マーケットプレイス、プラットフォーム、サービスは4つの主要なカテゴリに分けられます。

- 伝統的なマーケットプレイス (ユーチューブのFamebitが最大規模を誇ります)。こうしたプラットフォームにおける主な収益は仲介料 (または購読料) です。広告の品質基準が存在しないため、広告主が必要な内容を正確に入手するためには、ブロガーとしばらくの間やり取りしなければなりません。広告主とブロガーを隔てることで、マーケットプレイスは広告の品質を下げています。これまでのところ、こうしたマーケットプレイスには継続して注文が入ることはありません。広告代理店に属していたり代理店的な活動を行うマーケットプレイスは、実際の広告代理店の競合相手となりつつあります。
- 有料アクセスのデータベース。市場の参加者はブロガーのデータベースへアクセスできます。これはP2Pブロガーネイティブ広告市場において唯一、商業的に成功しているビジネスモデルです。
- 統計サービス。これも市場に存在します。人気のユーチューブチャンネルの統計情報を確認できます。通常、有料のオプションが存在します。

- 市場の参加者へ向けた業務プロセスの自動化サービス (通常、代理店用です)。広告代理店の中には、自社の技術ソリューションを備えているものもあります。市場で入手可能なソリューションはそれほど多くありません。それらすべてにとって主な障壁は、データベース内のブロガー数が少ないことです。

2.4 ユーチューブのFamebit (およびその他) はefir.ioの競合ではありません

グーグルの経営陣は2016年10月にFamebitの購入を発表しました。素晴らしい成功を収めたかのように見えました。ユーチューブのような巨大企業に買収されることで、ついに提携が開始されたことが示されました。しかし、この構図はそれほど単純ではありません。

この出来事は、Rob Fishmanが始めた類似のスタートアップ企業、Nicheがツイッター社に買収された時の状況を思い起こさせます。Nicheは仲介料を受け取り、コンテンツの制作者が広告主を見つけやすくしました。当然のごとく、買収後は仲介料はツイッター社へ支払われました。

ユーチューブは、最も成功を収めたプラットフォームに属するFamebitを買収し、経営を完全に掌握しています (Famebitは自社が完全に独立していると主張していますが)。成功を収めた競合会社を買収して、自社の損失を犠牲にその企業を前よりも成功させる理由はあるでしょうか?ありません。ユーチューブはFamebitを買収しただけではなく、その開発活動を完全に停止させることができます。

それだけではありません。このプラットフォームを買収することで、ユーチューブは一石二鳥の利益を得られます。第一はFamebitそのものです。もう一つのメリットは、起業後間もないスタートアップ企業の市場すべてです。新規プラットフォームは、グーグルに対抗できないことを知っています。グーグルが自社でプラットフォームを所有していれば、他のプラットフォームは不要となり、競争から脱落します。

Famebitはこれ以上発展しないため、最大規模のマーケットプレイスとはいえ競合とはなりません。その他全ては、広告主とブロガーを隔てて広告の質を低下させているため、競合とはなりません。efir.ioは完全な無料の統計情報へ自由にアクセスできるため、有料アクセスのデータベースと統計情報サービスは競合とはなりません。業務プロセスの自動化サービスはefir.ioほどの規模のデータベースを持たないため、これもまた競合とはなりません。

2.5 市場の障壁

市場の障壁を破り、トークンの価格を上げるために、当社は大規模なプロジェクトを体系的に実施しています。市場の規模を数倍に拡大する上で障壁となる要素は何でしょうか?5つの要素が挙げられます。

2.5.1 無料かつ公開されたブロガーの検索エンジンやマーケットプレイスが存在しません
当社はネイティブ広告の市場参加者および外部のスタートアップ企業に向けて、スマート検索エンジンと無料のマーケットプレイスを作成することでこの問題を解決しています。

2.5.2 ブロガーはプロの広告制作者ではありません

ブロガー市場の歴史はそれほど長くはありません。ニッチな話題は豊富でないか、全く扱われていないため、例えば暗号通貨を扱うブロガーで成功を収めた人々はあまりご存じないでしょう。ブロガーの広告品質を上げ、ニッチな話題におけるブロガー不足を解消するために、当社は分散制作と名付けたサービスを開始しました。

2.5.3 広告代理店が不足しています

モスクワには1000以上の広告代理店が存在しますが、ブロガーと提携しているのは15社未満にとどまります。何故でしょう？例えば、良質の提案レターを準備するために代理店は少なくとも1週間を必要とします。最も困難な作業はブロガーを検索し、最新価格を入手し、顧客提案を比較することです。当社は半年前に広告代理店向けの業務ツールを立ち上げ、代理店が市場に参加しやすくなるようにしました。現在は、代理店の業務プロセスを完全に自動化するためのツールを開発しています。

2.5.4. PR効果を測定できません。

ブロガー広告はTVやラジオの広告に似ています。直接的なマーケティングや販売よりも、PR効果が大きな比重を占めているからです。PR成果は通常どうやって測定するのでしょうか？波及度を調べるしかありません。では、PRの成果はどんな要素で構成されているのでしょうか？PRの質とPRの波及度です。PRの波及度を調べる方法は知れ渡っています。ユーチューブでは、波及度は閲覧回数です。では、質を測定する方法は誰が知っているのでしょうか？当社です。ブロガーのPR効果をスマート計測することで解決します。

2.5.5. ネイティブ広告市場は不透明です

ブロガーは従来のメディアのような統制に晒されていません。ブロガーは普通の人々です。彼らの発言内容は、観客層の思考を反映しています。当社のクローラーは4000万人以上のユーチューブブロガーをスキャンできます。当社は様々な言語で彼らの発言内容を全て解析します。ブロガーの発言内容が全てわかるため、当社は観客層の考えも全て把握できます。当社がブロガーの解析を始めるまでは、ネイティブ広告市場は不透明なままでした。当

3. Efir.io (リブランド前はqaazqaaz.com) の下位プロジェクトとトークン利用

3.1 Efir.ioの検索エンジンとマーケットプレイス

Efirはネイティブ広告の市場参加者および外部のスタートアップ企業に向けたスマート検索エンジンと無料のマーケットプレイスです。

efir.ioマーケットプレイスの仕組みを紹介します。ブロガーはプラットフォームにて登録し、公開されない統計情報、連絡先、価格レートを提供します。当社は各検索エンジンがブロガーのアカウントをアクセスできるようにします。広告主はグーグルを通じてブロガーを検索して当社のアカウントを取得するか、当社のスマート検索を使用します。当社は全てのユーチューブブロガーに対してプラットフォームへの登録を強制することはできません。そのため、開始当初に当社が公開するブロガーのアカウント情報は連絡先情報と公開済みの

社は自社の分析ツールで広範囲にわたる市場の透明性を構築せず直接やり取りできます。

当社は一時ドメインのqaazqaaz.com上で2017年1月にefir.ioを立ち上げました。その後6か月間において、ロシア語圏の上位ブロガーの4分の1がefir.ioに参加しています。2017年8月、当社は外国語への翻訳を開始しました。2018年3月の終わりまでに、当社は世界中から17万8000ものユーチューブアカウントと2万人以上の購読者に関するスマート検索のベータ版を公開しています。

ブロガーや広告主のスマート契約はメインのトークン交換の後に公開されます。基本のオラクルは準備が整っています。当社のスマート契約に基づく全ての取引は、トークンの価値を押し上げるはずで

3.2 Production.efir.io

ブロガーの広告の質を上げ、読者数を増やすにはどうすればよいのでしょうか？ブロガーが真のプロに進化するためには、どんな能力が必要なのでしょうか？ブロガーは、カメラマン、サウンドディレクター、ビデオ編集者、脚本家、グラフィックデザイナーなどの役割を同時にこなさなければなりません。当社はプロのブロガーに必要な8つの主な能力と40の二次的な能力を把握しています。

当社はメディア市場の専門家を専門団体に集結し、ブロガーをこうした団体に参加させます。

第一段階は、ブロガーの評価です。このため、当社はブロガーとメディア市場の専門家から構成された専門チームを抱えています。専門家はブロガーを指導したり、チームの一員として雇われることも可能です。ブロガーのチームが組まれると、ベンチャー投資家は将来の広告配置用にブロガーの権利を買い取れます。

第三段階 - ブロガーの育成です。ブロガーのチームは取得した資金を開発に使用できます。その結果、コンテンツの品質が改善され、読者数が増え、ブロガーの広告価格が上昇します。そのため、投資家が所有する広告権がより高価になります。最終段階 - efir.ioを通じて広告権を販売します。当社は2017年の4月に、ロシアにてproduction.efir.ioのベータ版テストを開始しました。分散制作における全ての取引は、トークンの価値を押し上げるはずで

3.3 Agencies.efir.io

現時点において、ロシアの広告代理店はサービスに入り、ブロガーを検索し、代理店の仲介料を設定し、ボタンを1度クリックするだけで10秒以内にパワーポイント形式の広告主向け事業提案書をダウンロードできます。提案書は代理店の身元情報と連絡先情報のスライドで構成されます。各ブロガーにつき、スライドが1枚割り当てられます。スライドにはブロガーの公開済および未公開分析情報が掲載されます。例えば、最新のビデオ10本における閲覧数、読者の年齢と性別、価格体系、ビュー当たりのコストなどです。代理店は顧客に関するスライドを追加するだけで、数秒後には提案書を送信する用意ができます。この仕組みは既に機能しています。当社は、提案書から最終報告にいたる代理店の業務プロ

セス全体を自動化する予定です。これは有料サービスです。利用する代理店が増えるほど、トークンの価値を押し上げるはずです。

3.4 PR.quality.efir.io

誰もがスマートフォンを所有しています。サムソン、Apple、Xiaomiなどです。そのどれを使用しても、通話し、メッセージを送り、ブラウザを開いて写真を撮れます。しかし、サムソンではなくApple（またはその逆）を選ぶ人は何を基準にしているのでしょうか？カメラのピクセル数の違いでしょうか？新旧世代のプロセッサに何か違いを感じているからでしょうか？

そうではなく、Appleやサムソンなどのブランドが私たちが幸せな、満ち足りた気分にくれるからです。PRは人々が思い浮かぶブランドへ前向きな連想を形成するためのテクニックです。日常生活の各所で、人気のブランドは私たちの生活を改善できることを何百回も繰り返して伝えます。そして、私たちはそれを信じます。

PRの専門家はPR成果を通常どうやって測定するのでしょうか？波及度を調べるしかありません。しかし、当社は質を測定する方法を知っています。

当社は様々な言語でブロガーの発言内容を全て解析します。さらに、全ての文章と発言内容全体について感情面の動きを全て数え上げることで、感情面のベクターが得られます。当社は全てのブロガーのコンテンツを音声、音楽、写真に分類し、そのすべてに類似の手法を適用します。感情面のベクターを集計することで、ブロガーのビデオにおける感情面のレーティングが得られます。これが、当社が広告ビデオの感情面での影響力を測定する方法です。

PR効果の評価は、ブロガーと広告主の間におけるスマート契約用の有料オラクルの形式を取ります。すなわち、このサービスは他のサービス同様にトークンの価値を押し上げるはずです。

3.5 Analytics.efir.io

当社が世界中のトレンドをモニターするにつれ、各種の困難な課題に答えられるようになりつつあります。例えば、当社は地域別にブランドの人気度を比較できます。以下のブランドのうち、どれが最も人気を集めているのでしょうか？コカ・コーラまたはペプシコーラ、BMWまたはベンツ、Appleまたはサムソンのどちらでしょう？

当社はトレンドと社会情勢の変化を先読みできます。例えば、来年のシーズンにて人気を博す観光名所はどれで、どのスポーツに人気が集まっているのでしょうか？当社はこうした質問全てにおいて、データに基づく信頼性の高い回答を提供できます。

Analytics.efir.ioは有料サービスです。他のサービス同様にトークンの価値を押し上げるはずです。

3.6 API.efir.ioと外部のスタートアップ企業

当社が世界中のトレンドをモニターするにつれ、各種の困難な課題に答えられるようになりつつ

3.7 成長の軌跡と市場における現状

広告代理店とは独立していることが幸いし、当社はわずか数か月でロシア最大の広告代理店から広告要求を取得することに成功しました。現時点で、Efir.ioは顧客にとっての重要性と必要性を増しています。当社のサービスは、2017年1月にロシア語圏のユーチューブブロガーに対する無料の価格リスト掲載ウェブサイトとして開始しました。当初のサービス名はqaazqaaz.comでした。12月初頭より、名前はEfir.ioに改名されています。

当社の達成内容です。

- 世界中の17万以上のユーチューブチャンネルと2万人以上の購読者を含むスマート検索エンジンのベータ版（購読者がそれ未満のチャンネルが他に4000万以上存在することを当社は認識しています）。
- 分散制作のベータ版がロシアにてベータ版テストにかけられています。
- 世界中の3万7000以上のユーチューブチャンネルの連絡先情報
- 非公開の統計、価格レート、連絡先情報を伴う1000以上のユーチューブおよびTwitchブロガーからの広告オファーが公表されています。当社は各自が10万人以上の購読者を持つロシア語圏のブロガーにて、32%のユーザーを網羅しています。
- 毎日、当社は1-2の新規ブロガーを獲得しています。彼らは登録を行い、価格レートを公開します。当社は広告予算に頼らずに新規ブロガーを獲得できます。
- Efir.ioは国際市場に進出しました。当社のサービスは17か国語にて利用できます。世界中のブロガーが当社のウェブサイトにて登録しました。当社のサービスは国際的な広告代理店にも利用されています。
- 専門メディアにて記事が書かれ、国際的なブロガーから広範に前向きな意見を得ています（Clif Highレポートなど）。
- 訪問者の3分の1は常連ユーザーです。
- 当社のメールを購読するブロガーの活発なコミュニティが存在します（当社のメールの6割は開かれて読まれています）。

3.8 Efir.ioが市場に対して現在および将来提供できるメリット

ブロガー向け

- 広告価格を公開することで世界中の広告主へのアクセスを取得
- ブロガーのコンテンツの質が向上および読者が増大することで広告主を誘致
- 高品質のPRを通じて収入を増大
- 独自のスキルを持っており共有する意思があれば誰でもブロガーになれるため、分散制作コミュニティを通じて専門能力を育成

広告主向け

- 数々のブロガーや代理店、連絡先情報、公示価格、規制対象外の直接取引

- 広告の質が向上し、製品とサービスをより効果的に販促可能
- 測定可能なPRキャンペーンの成果への支払いを通じて全体のPRの質を向上
- 国外のブロガーと分散取引が可能
- 市場の公開性を促進

代理店向け

- 市場へのアクセス、ブロガーや広告主両方への直接アクセス
- 本プラットフォームは競合相手ではありません
- 提案文書から最終報告に至るまでの、代理店の業務プロセスを一括管理
- 世界中のブロガーや広告主とのワールドワイドな広告キャンペーン
- 制作者と市場の専門家向け
- ブロガーの広告権の販売収益
- ブロガーのプロジェクト起動を促進し魅力的な投資を形成
- メディア専門家はブロガーの指導を通じて収入を確保
- 制作者はブロガーの育成を通じて収益を確保
- 将来の人気ブロガーの発掘

投資家向け

- ブロガー育成の投資ツール
- トークンを取引、ブロガーのクラウドファンディング、開発、外部の市場参加者への支払い、限定された放出を通じたトークン価値の上昇

ITスタートアップ企業向け

- ブロガーおよびその統計データベースへのアクセス、マーケットプレイスにおけるサービス取引
- 市場参加者の増加

3.9 プロジェクトの目的は市場の規模を数倍に増やすことです

目標を達成するために、以下の内容が必要です。

1. 無料かつ公開されたブロガーの検索エンジンやマーケットプレイスを開発。
2. ブロガーの広告の質を向上。
3. 広告代理店の不足を解消。
4. PR効果の測定ツールを開発。
5. ネイティブ広告市場を透明化。

3.10 Efir.ioのマネタイゼーション

Efir.io検索エンジンとマーケットプレイスは有料化せず、無料のままです。マネタイゼーションは外部サービスとefir.ioの下位プロジェクトのみを通じて行われます (agencies.efir.io、PRQuality.efir.io、analytics.efir.ioなど)

3.11 開発と技術プロセス

現在Efir.ioの開発に用いられているプロセスは、予測不能な変化に対応したバージョン管理システムに基づいて形成されました。初期コードはgithubの非公開保管庫に保存されていました。メインフレームワークにはLaravelが使用されています。マルチサーバー型アーキテクチャが実装されました。異なる大陸に設置された同期サーバーを基に動作します。ロードバランサーとgeoDNSは中断することなくアプリケーションサーバーの技術サービスを提供します。Efir.ioの中央サーバーはティア3レベルを持つデータセンター内に実装されています。

開発区域はメインサーバーから隔離されています。マルチレベルのバックアップコピーシステムが開発されました。最新の技術および手法のソリューション、アーキテクチャのアプローチ、追加サーバーの稼働実装のおかげで、本プロジェクトは素早い拡張が可能です。全ての開発プロセスは、2017年10月に開設された当社のモスクワオフィスにて遂行されます。

3.12 プロジェクト開発計画

当社のプロジェクト開発計画は、投資内容に応じて、次の要領で進められています。

250 ETH (プライベート交換の枠内で取得、完了済)

- 開発用オフィスがモスクワに開設されました。(Efir Development LLC)
- 製品は12か国語 (スペイン語、イタリア語、ポルトガル語、ドイツ語、フランス語、トルコ語、ロシア語、ウクライナ語、英語、中国語、韓国語、日本語) と22か国にて展開されています。
- 製品のブランディングとデザインが一新されました (qaazqaaz.comからefir.ioへ)。
- Twitchを扱い始めました。第一群のブロガーが登録されました。

1000 ETH (プリ交換の枠内で取得、進行中)

- 管理用オフィスが稼働しています
- ベータ版の検索エンジンを通じて17万のチャンネルへアクセスできます
- 連絡先情報を伴う3万5000のチャンネルが存在します
- 製品は17か国語にて、世界中全ての国にて利用可能です。
- 専門コミュニティが国際間および地域限定で設立しています。(ブロガー、制作者...)
- 暗号通貨における最初の取引が行われました。
- プロ制作者の基本コミュニティ機能が作成されました。
- 新規のコンテンツ主体ソーシャルネットワークが参入しました。
- 代理店、広告主、ブロガー向けの機能が完成しました。
- 外部サービスの基本APIが作成されました。

7500 ETH+

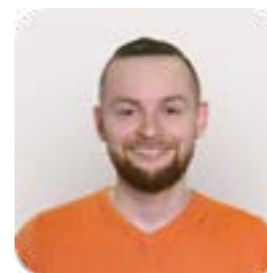
- 運営委員会が結成されます。
- 分散制作に関わることでブロガーの数が増加し続けます。

- 地域限定の代理店ネットワークが形成されます。
- 分岐解析が行われ、報告書が公開されます。
- efir.ioにおける全ての取引はQZ暗号通貨に基づいて行われます。
- 新規のコンテンツ主体ソーシャルネットワークが参入します。
- 分散制作コミュニティとブロガー指導の完全な機能が開発されます。
- 外部サービスの完全なAPIが準備されます。
- QZの変動制御用ツールが開発されます。

7500 ETHを超える収入はリザーブ資金に回され、コミュニティ形成と暗号通貨のサポートに使用されます

4. プロジェクトチーム

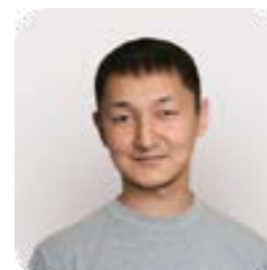
There is an international project team developing Efir.io



Denis Shayahmetov

CEO

Russia, Moscow. 9 years in IT. 4 years in large federal IT projects management. Certified IPMA project manager



Askar Abildayev

Efir.io PM

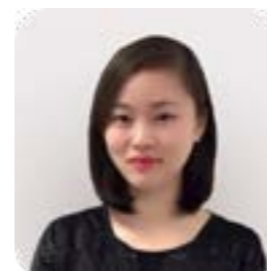
8 years of IT experience. Federal level projects web and mobile applications development control



Dr Sanjaya Kanthan

Regional Consultant (APAC)

Australia, Sydney. 8 years in Investments and 4 years in Blockchain



Vicky He

Regional consultant (Asia)

Magic Wallet co-founder, Broad Harvest Holdings Limited administrative partner, Chief Operations Officer at GTSTokens Chief Operation



Vladimir Koveshnikov

Marketing&Product Development

Russia, Moscow. 13 years in IT. Projects design and implementation at the leading Russian and foreign companies



Michael Belyakov

English speaking segment supervisor

Moscow, Russia. More than 30 years in the Ministry of Foreign Affairs and foreign companies



Anna Kozlovskaya

Legal

Russia, Moscow. Ph.D. 10 years in IT jurisprudence



Nikolay Yakovlev

Data Scientist

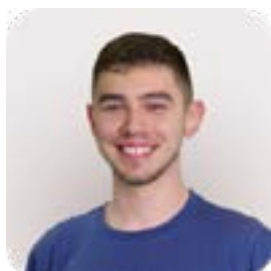
Data Scientist. More than 15 years of experience in financial departments of leading transnational industrial corporations such as “Procter and Gamble”, “Oracle”, “Uponor Rus”, “Alfalaval”. Partisipation in projects of World Bank and EU



Inna Rudaya

PR Manager

Russia, Moscow. International Youth Projects organization and promotion experience



Anton Elovikov

Product Designer

Moscow, Russia. 3 years in IT. Former brand-designer in hackRussia (the first and biggest all-Russian hackathon) and co-founder in Cassiopeia Labs.



Elizabeth Kornaukhova

Regional consultant (Asia)

Ukraine, Severodonetsk. Administration and support for users of popular Internet projects in Russia and Ukraine



Ilya Holnov

Agencies.efir.io PM

Russia, Moscow. 3 years in IT. Successful development of Russian digital projects



Zotova Anastasia

Production.efir.io PM

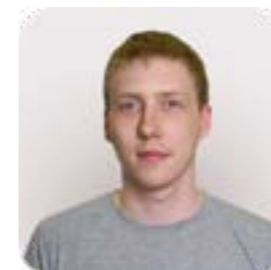
Moscow, Russia. Digital sphere projects control and promotion experience



Dmitry Vinokurov

CTO

Russia, Perm. 8 years in IT. 3 years of management in successful Russian start-ups



Danil Vishnyakov

Back-end Developer

Russia, Kotlas. 9 years IT experience. Successfull implementation of IT start-ups. 6 years of experience. Implementation of MVP efir.io (qaazqaaz.com)



Kirill Dolmatov

Front-end Developer

Russia, Moscow. 5 years in IT. Interface development in successful Russian start-ups



Alexander Gerasimov

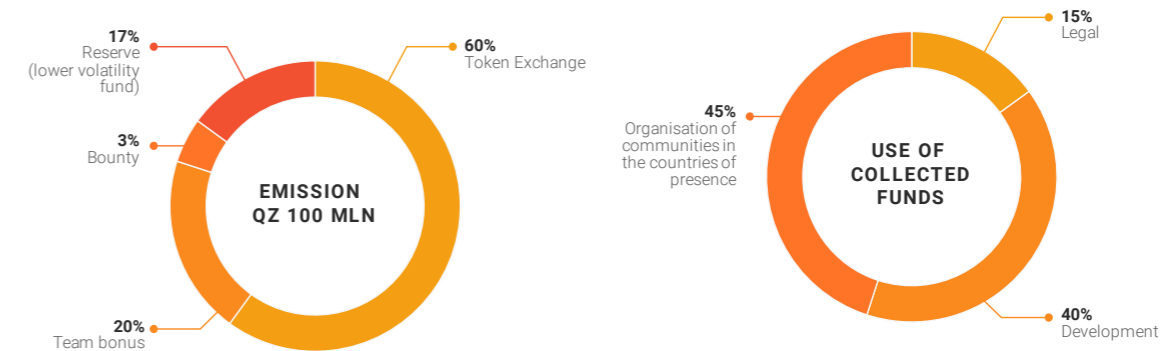
System Administrator

Russia, Moscow. 8 years in IT. Management of industrial servers. 5 year experience

5. トークン交換手順

当社のトークン交換枠内で採掘不能なQZトークンが1億、発行されます。6000万はトークン交換にて共有されます。300万は奨励プログラムに提供されます。2000万はチーム内で分配され、1700万はEfir.ioのリザーブ資金に回されます。リザーブ資金は通貨の変動を抑えるために使用されます。

トークンの購入に使えるのはETHのみです。プロジェクトチームのQZは6か月間凍結されます。



5.1 プライベート交換

2017年10月9日に実施されました。75名の投資家から250 ETHを取得しました。250のプライベートQZがQZトークンに変換され、メイントークン交換段階では75%のボーナスが支払われます。

5.2 プリトークン交換

2017年12月11-18日に実施されました。1000 ETHが取得されました。目的はメイントークン交換の準備です。1000のプリQZがQZトークンに変換され、メイントークン交換段階では50%のボーナスが支払われます。

5.3 メイントークン交換

2018年の春に開始します。6000万のQZトークンが放出されます。トークン交換後、最終資金の50%がプロジェクト実装に利用可能となります。Efir Ltd預託資金のうち残りの50%は、トークン交換完了後の9か月間にて、3か月毎に等分に分配されます（各四半期の報告が発表された後）。四半期報告には財務、開発、活動面に関する情報が記載されます。トークン交換に参加するには、身元確認作業が必要です。

5.4 ポストトークン交換

メイントークン交換が実施されるタイミングで、チームは暗号通貨での支払い機能を立ち上げます。十分な財務リソースを確保したプロジェクトチームは、QZの再購入を含む手法を使用してQZの変動を抑える努力を払います。

5.5 今すぐトークンを購入すべき理由

QZの量が限定され、プライベートQZとプリQZ間の交換レートが固定されており、実製品が継続して開発され、魅力的な下位プロジェクトが存在し、当社が分散コミュニティを所有することなどが理由で、QZ交換レートは増加することが予想されます。

6. ロイヤリティプログラム

6.1 ブロガーとマスメディア向け

Efir.ioのプロジェクトレビュー、プライベート交換、プリ交換、メイン交換段階におけるICO関連の情報をユーチューブに流すブロガーは、ビデオの閲覧毎にボーナスを受け取ります。efir.io (qaazqaaz.com)とトークン交換について情報を流すマスメディアは閲覧毎にボーナスを受け取ります。マスメディアとブロガーの間で300万のQZトークンが分配されます。Efir.io (qaazqaaz.com)専用のユーチューブビデオは各ビュー毎に5クレジットを受け取ります。Efir.io専用の広告を流すユーチューブビデオは1クレジット、マスメディア放送は0.5クレジットを受け取ります。ブロガーはビデオ公開後に地域担当のマネージャーに通知する必要があります。マスメディアは24時間前までに地域担当のマネージャーに通知する必要があります。ツールとリソースについても話し合う必要があります。トークン交換の後、全てのクレジットは集計され、クレジットに応じて全ての参加者へ暗号通貨が支払われます。QZはメイントークン交換の少なくとも1日前までに全て請求を終える必要があります。

6.2 ICOチーム向け

プロジェクトチームには2000万QZが確保されます。メイントークン交換後、それらは6か月間凍結されます。

7. トークン交換後のプロジェクト管理

Efir.ioの監理システムは2つの階層に分かれます。管理オフィスが戦略を担当し、本書にて紹介された製品開発は下位レベルに属します。管理オフィスは法的組織として登録されます。開発組織はその管理下に置かれ、ロシア連邦における法的組織として登録されます（Efir Development LLC）。

運営委員会がEfir.ioの最高経営陣を構成します。主要メンバー、パートナー、ブロガーや広告代理店の代表を含みます。運営委員会はEfir.ioの戦略を方向づけます。四半期に一度、管理オフィスはプロジェクト実装に関する運営委員会の報告を作成します。報告書はプロジェクトのウェブサイトにて公表されます。プロジェクトの資金提供に関する決定は報告書に基づいて行われます。運営委員会のメンバー全ては選出を通じて任命されます。選出規定はメイントークン交換後に決定されます。

8. リンク

- http://mediakix.com/2017/03/instagram-influencer-marketing-industry-size-how-big/#gs._8i5sD0
- <http://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/345727-bitva-za-liderov-mneniy-kak-blogery-stali-vygodnee-lyuboy-reklamy>
- <https://vc.ru/p/ad-on-youtube-channels>
- <http://www.cossa.ru/trends/157312/>
- <http://public.adyoulike.com/Info/native-advertising-is-eating-the-world/index.html>
- <http://www.businessinsider.com/the-native-ad-report-forecast-2016-5>
- <http://www.adweek.com/digital/native-advertising-facebook-audience-net-work-study/>
- http://mediakix.com/2017/03/instagram-influencer-marketing-industry-size-how-big/#gs._8i5sD0
- <http://theinfluencemarketer.com/133-influencer-marketing-agencies-platforms-tools-companies/>
- <http://blog.tomoson.com/influencer-marketing-study/>
- <http://www.adweek.com/digital/10-reasons-why-influencer-marketing-is-the-next-big-thing/>
- https://www.tapinfluence.com/tp_resource/nielsen-case-study/