



トークンが飲食店とレビュアーをつなぐ
レストランリコメンデーションプラットフォーム

Version 1.8

Last Updated: 2019 年 2 月 6 日

SynchroLife

Decentralized Restaurant Recommendation Platform

White paper

English Version 1.8

※本分は公開されている英語版のあくまで和訳であり、正式ホワイトペーパーの内容は英語を基準とさせていただきます。

Last Updated: 2019 年 2 月 6 日

<http://www.synchrolife.org>

目次

サービス紹介要約	Page 03
ミッション	Page 04
将来的なビジョン	Page 04
マーケット規模	Page 04
マーケットにおける課題	Page 07
課題解決	Page 08
ユーザー・飲食店へのベネフィット	Page 12
SynchroLife サービスの特徴	Page 12
How SynchroLife Works – Main Features	Page 14
ユーザーのレストラン検索の利用シーン	Page 15
SynchroLife β 版（日本版）のゲーミフィケーションによる実験結...	Page 16
SynchroLife β 版（日本版）の実績	Page 18
トークン&プラットフォーム	Page 19
SynchroCoin トークン(SYC)を受け取る方法	Page 20
SynchroCoin トークン(SYC)の利用	Page 22
SynchroCoin トークンで実現する新しい経済圏	Page 23
収益モデル	Page 23
ロードマップ	Page 25
今後のサービス成長フェーズ	Page 26
SynchroCoin トークン(SYC)について	Page 27
SynchroCoin トークン分布	Page 30
SynchroCoin トークンの流動性	Page 31
SynchroLife Team Members	Page 31
Disclaimer	Page 34
Contact Information	Page 34

サービス紹介要約

SynchroLife は Ethereum のスマートコントラクト、独自トークン、人工知能を活用した世界基準の分散型レストランレコメンデーションプラットフォームです。世界中のグルメ開拓者達の精度の高い飲食店情報の提供や良質な評価レビュー投稿などに独自トークンを報酬として与え、利用者と飲食店の間にトークンベースの新しい経済圏を作ります。

また SynchroLife はユーザー個々の食の価値観をデータベース化し、AI を活用したパーソナルレコメンデーションでユーザーのお店探しをサポートする世界で最も信頼され、最も賢い次世代グルメサービスとなります。

SynchroLife は世界一の食文化を誇る日本にて、日本限定・日本語限定での β 版（SynchroLife 日本版）として実験運用してきました。実験期間にゲーミフィケーションの仕組みとパーソナルレコメンデーションの機能にて 35,000 人以上の熱心なファンのコミュニティが作られ、彼らと議論と課題改善を重ね 2017 年 6 月に SynchroLife 世界 version として英語・韓国語・中国語・日本語の 4 カ国語を搭載し、アジア諸国を中心とする世界 155 カ国への展開をスタートしました。

<Synchrolife 世界バージョン β 版はこちらからダウンロードいただけます>

iOS App Store: <https://itunes.apple.com/jp/app/id557532449>

Android Google Play:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=jp.co.synchrolife&hl=ja>

香港を拠点とする SynchroLife, Limited. は SynchroLife 世界 version の Blockchain、AI を活用した分散型レストランレコメンデーションプラットフォームへのバージョンアップ開発・運営・マーケティング拠点となります。

SynchroCoin トークンは、分散型レストランレコメンデーションプラットフォーム内の世界中の良質で精度の高い飲食店情報・コンテンツ創出のためのレビューアへの報酬、加盟飲食店舗のプラットフォーム上でのマーケティング活動や広告費用の決済、ユーザーの加盟飲食店舗での利用金額の決済に利用されます。

ミッション

SynchroLife のミッションは世界中の人々が自分の好みと合った良質な飲食店をより簡単に発見することを実現し、世界の消費活動を活性化させることです。また食の価値観を中心としたユーザー同士の新しい交流・コミュニティを創出し人々の心をより豊かにすることです。

人生で外食をする機会は限られています。1日3食を平均で食べるとして、寿命は75歳で計算するとあなたは人生で80,000食しか食べません。週2回外食する人なら、人生でたったの7,500回外食します。その中でも未成年の頃や老人ホームに入ってからを考えるとさらに5,000未満に激減します。また旅行などでの滞在先では、貴重で少ない外食の機会になります。その限られた外食の機会を無駄に失敗ないように SynchroLife がサポートしたいと思います。

将来的なビジョン

当初は、分散型レストランレコメンデーションプラットフォーム上での世界中の信頼性の高い飲食店情報・レビューコンテンツの増加、利用ユーザーの拡大、人工知能によるパーソナルレコメンデーションの開発に注力します。プラットフォームが成熟すると、世界中の集客に課題を抱える飲食店がマーケティングプラットフォームとして活用できる O2O エコシステムとして拡大します。またそのエコシステム上ではユーザーの活動報酬、店舗の広告出稿、クーポンの購入、加盟店舗での支払いなどに SynchroCoin トークンが利用され新しい経済圏が創出されます。

成長したプラットフォーム上で活用される SynchroCoin トークンは、サービス内でのウォレット・デビットカードを通して世界中の飲食店、それ以外での店舗で決済利用可能になり、飲食店決済から始まる Fintech 事業へ成長します。

マーケット規模

世界中の飲食市場規模は\$2,700.billion（2014年）、2019年には\$3,800.0billionに成長すると予測されています。¹

¹ Source 1: http://www.researchandmarkets.com/reports/2573519/restaurants_global_industry_guide

そしてフロスト & サリバンの調査「Asia-Pacific Mobile Payments」によると、アジアマーケットはその 43%以上を占めており²、世界の食文化を誇る日本でのマーケットは約\$220billion になります。³

またアメリカでは携帯デバイスのみを利用するユーザー数がパソコンのみを利用するユーザー数を 2015 年に上回り、世界中でスマートフォンデバイスでのインターネット利用は爆発的に伸びています。⁴

アジア太平洋地域（日本含）のモバイル決済市場は 2016 年から 2021 年にかけて年平均成長率 30.4%で成長し、同市場規模は 2016 年予測の\$71.92 billion ドルから、2021 年までに\$271.47billion に成長する見込みと発表がありました。⁵

アジア太平洋地域は、ヨーロッパや欧米などの先進国に比べてスマートフォンの普及率が世界で最も高く今後のモバイルコマースの普及とともに、モバイル決済市場の発展が見込まれています。⁶

モバイル決済を利用するアクティブカスタマー数は今後 5 年間で、2 倍となり、2021 年までに 13.080 billion 人に到達すると言われています。⁷

SynchroLife の分散型レストランレコメンデーションプラットフォームは、飲食店情報サービスが不十分なアジアの飲食マーケット\$1630billion の市場をまずは主要ターゲットとして狙い、アプリファーストで展開され、その後世界の飲食マーケットへ展開し、仮想通貨×モバイル決済市場へ挑戦します。⁸

² Source 2: <https://uk.finance.yahoo.com/news/global-restaurant-industry-worth-3-000000195.html>

³ Source 3: <http://anan-zaidan.or.jp/data/2016-1-1.pdf>

⁴ Source 4:

[https://ja.vpnmentor.com/blog/2016%E5%B9%B4%E4%B8%96%E7%95%8C%E3%81%AE%E3%82%A4%E3%83%B3%E3%82%BF%E3%83%BC%E3%83%8D%E3%83%83%E3%83%88%E3%81%AE%E3%83%88%E3%83%AC%E3%83%B3%E3%83%89%E3%81%A8%E7%B5%B1%E8%A8%88%E8%B3%87%E6%96%99/](https://ja.vpnmentor.com/blog/2016%E5%B9%B4%E4%B8%96%E7%95%8C%E3%81%AE%E3%82%A4%E3%83%B3%E3%82%BF%E3%83%BC%E3%83%8D%E3%83%83%E3%83%88%E3%81%AE%E3%83%88%E3%83%AC%E3%83%B3%E3%83%89%E3%81%A8%E7%B5%B1%E8%A8%88%E8%B3%87%E6%96%99/https://ja.vpnmentor.com/blog/2016%E5%B9%B4%E4%B8%96%E7%95%8C%E3%81%AE%E3%82%A4%E3%83%B3%E3%82%BF%E3%83%BC%E3%83%8D%E3%83%83%E3%83%88%E3%81%AE%E3%83%88%E3%83%AC%E3%83%B3%E3%83%89%E3%81%A8%E7%B5%B1%E8%A8%88%E8%B3%87%E6%96%99/)

⁵ Source 5:

<http://www.frost.com/sublib/display-report.do?id=P903-01-00-00-00&bdata=aHR0cDovL3d3dy5mcm9zdGphcGFuLmNvbS8yMzIvcHJlc3NyZWxlYXNIMTAwMzlwMTYvQH5AQmFja0B%2BQDE0Nzc5MDIyNzgyOTg%3D>

⁶ Source 6:

<http://www.frost.com/sublib/display-report.do?id=P903-01-00-00-00&bdata=aHR0cDovL3d3dy5mcm9zdGphcGFuLmNvbS8yMzIvcHJlc3NyZWxlYXNIMTAwMzlwMTYvQH5AQmFja0B%2BQDE0Nzc5MDIyNzgyOTg%3D>

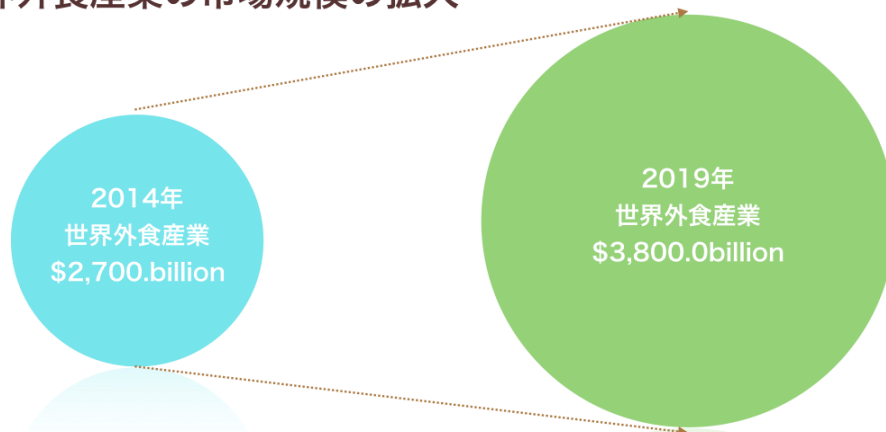
⁷ Source 7:

<http://www.frost.com/sublib/display-report.do?id=P903-01-00-00-00&bdata=aHR0cDovL3d3dy5mcm9zdGphcGFuLmNvbS8yMzIvcHJlc3NyZWxlYXNIMTAwMzlwMTYvQH5AQmFja0B%2BQDE0Nzc5MDIyNzgyOTg%3D>

⁸ Source 8: <https://uk.finance.yahoo.com/news/global-restaurant-industry-worth-3-000000195.html>

GROWTH OF THE RESTAURANT INDUSTRY WORLDWIDE

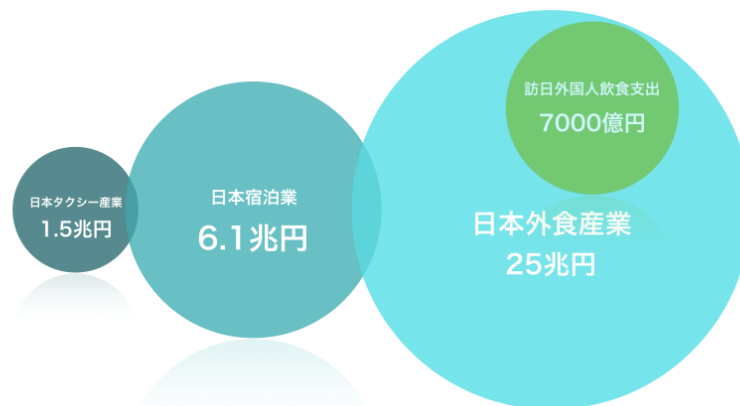
世界外食産業の市場規模の拡大



アジアを中心とした世界外食産業は2019年には
\$3,800.0billionへ。

DOMESTIC (JAPANESE) RESTAURANT INDUSTRY

日本外食産業の市場規模



国内外食産業の市場規模は25兆円

飲食店オーナーの課題の45.5%は常に集客にあります。

(赤字の飲食店オーナーの悩み課題の45.5%は客数減少 黒字のオーナーは60%が人材の確保)
参照：参照：日経レストランONLINEより

マーケットにおける課題

私達は現在のマーケットの課題は下記のように考えています。

1 飲食店情報の管理・非グローバル

世界中の飲食店の数は 15,000,000 店舗以上です。⁹例えば 1 つの国である日本の飲食店だけでも 750,000 店舗以上あります。

Google Place やグルメメディアで位置情報が違う、閉店・移転しているけど情報更新されていない、情報自体が存在しない店舗が常に取り、ユーザーのボランティアな報告や運営側での確認・更新での精度の高い飲食店情報を常に保持するには限界があり困難です。特に中央集権型の 1 つの企業では膨大なコストがかかります。

そして飲食店は自分達の情報が間違っていて掲載されていることや情報が存在しないことに対して大きな機会損失があります。

現在飲食店情報プラットフォームは domestic サービスがほとんどで、グローバルサービスはほとんど存在せず、ユーザーは旅行先では飲食店探しが非常に困難です。グローバルなプラットフォームとして Google Places & TripAdvisor が挙げられますが、飲食店情報に特化したものではなく不十分です。

2 膨大な店舗情報からのお店探しと意思決定

ユーザーは飲食店検索をした時に表示される膨大な店舗情報の検索結果は意思決定に非常に時間がかかり、良質な飲食店を見つけることが困難です。

例えば、「東京」「寿司」と検索をして出てくる膨大な検索結果から 1 店舗ずつ情報を見ていくことが嫌になってなんとなくお店を決めて失敗した体験も多いと思います。

3 信用できない口コミ・評価基準

サービス側の非公開ロジックによる平均点や、曖昧な評価基準を採用するサービスが多く、ユーザーの意思決定が非常に困難です。

例えば、平均点が 3.5 点の場合はどのようにして 3.5 点になったのかはほとんどが不透明です。食の価値観は個々によって違い、5 点の人や 2 点の人混在す

⁹ Source 9: <https://thewebminer.com/blog/how-many-restaurants-are-in-the-world/>

る中での平均点は信頼できる情報とは言えません。

4 飲食店の集客課題

世界中の飲食店の大半は集客の課題を抱えています。新規集客はもちろん、CRM の仕組みの整っていない飲食店は顧客を囲い込みリピーターを構築するマーケティング施策が困難です。

課題解決

SynchroLife の人工知能と Blockchain 技術を活用した分散型レストランレコメンデーションプラットフォームは、現在のグルメマーケットの飲食店情報データベース構築・運営における問題やユーザー体験にかかわる問題を解決します。

1.分散型でグローバルな飲食店情報データベース

SynchroLife の飲食店情報は Ethereum 上で世界共通の分散型飲食店情報として分散化され記録されます。世界中のユーザーが共存して飲食店情報の新規登録・更新・修正・追加・翻訳などを行い、それらをレビュアー達が確認・承認します。この承認の規則は Blockchain で公式に確認できるスマート契約によって強制されます。承認されないものは飲食店データベースへコミットされないため情報の誤りやスパム、虚偽・悪意のあるコンテンツは除外され信頼性と精度が保たれます。

飲食店情報は常に 100%の状態にはなりません。なぜなら世界中には常に新規店舗がオープンし閉店、店名変更、店舗移転等が日々起きています。

それらは中央集権型でも分散型でも 100%完成はされません。

しかし、より高い精度と情報量を常に 100%に近づけ、それを維持し続けるエコシステムが必要だと私たちは考えました。

分散型で常に管理・維持される飲食店情報プラットフォームはマーケットに存在する店舗や消費者が共存し、マーケットの変化とともにプラットフォームも常に成長し続けます。

そして中央集権型運用での維持管理が非常に困難な問題を解決し、世界中のグローバルな飲食店情報プラットフォームが構築できます。

2. トークンエコノミー形成

SynchroLife の最も有力な成長戦略です。

Ethereum 上で SynchroCoin トークンを作成し 世界中のグルメ開拓者達が良質な飲食店へのレビュー評価、精度の高い飲食店の情報作成・更新・翻訳作業などに SynchroCoin トークンを報酬として受け取れるトークンエコノミーを形成します。これはユーザーのプラットフォーム上で価値をもたらす行動が、公益につながる経済的インセンティブを提供するという重要な役割を果たします。SynchroLife はユーザーと共存し、世界基準で信頼性の高い情報、レビューコンテンツを創出し、これまで中央集権型の運営では実現できなかった世界で最も信頼されるグルメプラットフォームを構築します。



3. 人工知能によるパーソナルキュレーション

SynchroLife はユーザーの投稿、観覧履歴、アクション、検索履歴等のパーソナル情報をデータベース化し、ユーザー同士の食の価値観をシンクロ率として表します。シンクロ率に基づいて人工知能によりユーザーのフィードや飲食店検索の結果をパーソナライズ化してその人の食の価値観にあった候補を絞り込んで表示させ、意思決定スピードの最適化を行います。

食の価値観はユーザーによって異なるため、ユーザー同士の食の価値観指標であるシンクロ率を元にパーソナライズされます。



パーソナライズされた飲食店候補はユーザーにとってどのぐらい参考になる可能性があると考え、パーソナライズされたリコメンドを積極的に取り入れている「Netflix」と「Amazon」は既にパーソナライゼーションの力を証明しています。Netflixで観覧される映画の75%はおすすめされたものから選択されてると言われていて¹⁰、Amazonの商品売り上げもなんと35%はおすすめから選択されるものだと言われています。¹¹

¹⁰ Source 10:
<https://medium.com/netflix-techblog/netflix-recommendations-beyond-the-5-stars-part-1-55838468f429>
¹¹ Source 11:

パーソナライズされたコンテンツの例

- ・ 検索結果

例えば A さんの検索結果には、検索条件に該当する飲食店の中から A さんと食の価値観の近い B さんの評価が高い店を優先して表示させます。

- ・ デリリーリコメンド「本日のオススメ店舗」

A さんが登録したばかりの頃は A さんがプロフィールに登録してある「よく行くエリア」の元で毎日オススメなお店をお届けする。しかし、ユーザーが違うエリアのユーザーをたくさんフォローしたり投稿したりすると、アプリがそのユーザーの気になるエリアを分析してそちらのエリアからもオススメ出すように進化します。

4. 平均化を排除したパーソナルな評価軸

SynchroLife は曖昧な評価指標は一切排除し、ユーザー個々の 5 段階評価+特別評価を採用しています。検索、フィード、店舗ページにはすべて個々のパーソナルな評価が観覧でき、自分と食の価値観が合う人の評価を参考にすることができます。

実際のリアルな世界で知り合いや友達から教えてもらうのと同様の感覚で良質な飲食店を探することができます。

5. 完全成果報酬型・トークンを活用した O2O 集客

加盟店舗は SynchroLife 上でマーケティング活動が可能です。データベース化されたユーザーのパーソナルデータを軸に、自分たちのお店に興味を持ち（行きたいアクション）、近隣で活動しているユーザー（格付けデータ）に対して効率よくデジタルクーポンでアプローチすることが可能です。それは月額無料+成果報酬型からすぐにスタートすることができます。

トークンエコノミーで形成されたプラットフォーム上のユーザーが来店した際に飲食店はユーザーの決済金額に対して広告費を SynchroCoin トークンで支払います。ユーザーには決済金額に対して飲食店が支払った広告費の一部から SynchroCoin トークンが還元されます。

加盟店舗はこの SynchroCoin トークンをさらに購入して、ユーザーへの還元率を上げて集客力を強化することや広告費を追加して露出を増やすことが可能です。また CRM サービスを利用することで一度来店実績があるユーザーの分析、や再来店を促すアプローチが可能です。

ユーザー・飲食店へのベネフィット

SynchroLife はこれまで中央集権型運営で実現できなかった世界基準の飲食店情報プラットフォームの価値向上を分散型運営で実現することを可能にします。これは飲食店にもユーザーにも大きなメリットがあります。

プラットフォームに価値を提供してくれたユーザーには情報・コンテンツの価値やそれによって得られた広告収益を対価として還元し、それを外食の素晴らしい機会に利用することが可能です。

そしてユーザーは自分達の外食の機会を豊かにするための良質な飲食店の発見にこのプラットフォームを利用することができます。

飲食店は従来の固定広告費を支払うモデルに苦しむ必要はなく、利用金額に対しての成果報酬で広告効率が担保されます。

SynchroLife サービスの特徴

-世界共通・どこでも使えるサービスモデル

アジア諸国を主要展開国とした 155 カ国以上で 4 言語で利用可能です。

※今後、利用可能言語の追加を予定しております。

WORLDWIDE SERVICE MODEL

世界共通・どこでも使えるサービスモデル

アジア諸国を主要国とした155カ国以上で利用可能

4言語対応



-食の価値観を軸としたパーソナライズ

ユーザーの格付け投稿、観覧履歴、アクション（行きたい・いいね）等をパーソナルデータベース化し、飲食店探りで重要なユーザー個々の食の価値観や行動範囲、ユーザー通しの食の相性を分析し検索結果やフィードへ反映します。ユーザーのTOPページへ毎日表示されるデイリーリコメンドは人工知能を元にユーザー個々へパーソナライズされて届けられます。また店舗検索ではユーザーの指定する検索条件から該当する膨大な検索結果を人工知能で最適な 20 件に絞った表示を行い意識決定スピードを最適化します。今後もより人工知能を研究開発してパーソナライズに特化していきたいと思えます。

- WEB サービスでの世界中への情報発信

飲食店検索はもちろん、ユーザーの良質な口コミコンテンツやグルメ記事を飲食店を探すユーザーに向けて提供します。今後は対応国拡大、多言語化、SynchronLife アカウントログインで会員機能のWEB 利用など開発予定です。

現在公開中のα版のWEB サイトはこちらからご覧いただけます。

<http://synchrolife.io/>

CURRENT SERVICES

提供中サービス：WEB

※WEBは、日本語、英語版が公開されています。（韓国語版、中国語版も公開予定）

SynchroLife Official Website

PC&スマホ対応

アプリ同様、店舗やユーザー格付投稿をWEBブラウザ上でも見ることができ、検索も可能。グルメ記事&ニュースも発信



エリア×ジャンル検索



店舗情報&格付け



グルメ記事



How SynchroLife Works – Main Features

現在の SynchroLife の主な機能

- ① iPhone & Android & WEB ブラウザ対応
- ②毎朝更新するパーソナライズオススメ店舗
- ③話題性、友達、国別などの各種グルメフィード
- ④120文字で制限された簡単格付け投稿
- ⑤パーソナライズされた飲食店検索
- ⑥投稿済み、行きたい、観覧履歴リスト
- ⑦ユーザー同士のメッセージ機能

<Synchrolife 世界バージョンβ版はこちらからダウンロードいただけます>

iOS App Store: <https://itunes.apple.com/jp/app/id557532449>

Android Google Play:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=jp.co.synchrolife&hl=ja>

CURRENT SERVICES

現在のSynchroLifeの主な機能

iPhone & Android &
WEBブラウザ対応

毎朝更新・パーソナライズ
オススメ店舗

話題性、友達、国別などの
各種グルメフィード



120文字で制限された
簡単格付け投稿

パーソナライズされた
飲食店検索

投稿済み・行きたい・
観覧履歴リスト

ユーザー同士の
メッセージ機能

今後の SynchroLife の予定機能

- ① SynchroCoin トークン導入とマルチウォレット機能
- ② デジタルクーポン購入・管理機能
- ③ 加盟店向け販促サービス機能
- ④ SynchroCoin トークンの交換・販売機能
- ⑤ 仮想通貨決済の Synchro デビットカード

ユーザーのレストラン検索の利用シーン

グルメ「検索」と「発見」を1つのサービス内で。
ユーザーが飲食店を探すタイミングは大きく2つあると考えます。

1. 飲食店検索-目的が決まってる今すぐ行きたいタイミング
2. 今後行きたいお店候補の発見 - そのうち行ってみたい飲食店候補を雑誌感覚で探すタイミング

SynchroLife はグルメ雑誌を見ている感覚で良質な飲食店候補を探すことができるパーソナライズされたデイリーリコメンドとグルメフィード、ジャンルや場所をから目的にあった飲食店を探す検索で①②の目的である「検索」と「発見」を同時に実現します。

WHEN USERS SEARCH FOR RESTAURANTS

ユーザーの2つの「お店を探す」のシチュエーション

なんとなくお店を探したい
＜デイリーリコメンド&フィード＞



そのうち「行ってみたいお店」を探すフィード
＜楽しさ／コミュニティ／お店ネタ探し／空き時間＞

今すぐお店を探したい
＜検索＞



人工知能でパーソナルキュレーション
＜楽／意思決定が安易／リコメンド理由＞

SynchroLife β 版（日本版）のゲーミフィケーションによる実験結果

SynchroLife は世界一の食文化を誇る日本にて、日本限定・日本語限定での β 版（SynchroLife 日本版）として実験運用してきました。
日本の β 版では主に2つのゲーミフィケーションでユーザーをモチベートしていました。

1. 格付け（口コミ）投稿における経験値及び称号

ユーザーが口コミ投稿を行うことで、サービス貢献度に応じて経験値を獲得することができます。経験値がたまると称号（初段～神）がランクアップされます。金銭的な一切価値はなく、サービス内の社会的・道徳的インセンティブになり、称号ランクが高いユーザーはユーザー間でとても影響力が高く、オフ会の開催や新規ユーザーのモチベーションを自主的にを行っています。

2. 条件を満たすと獲得できるエンブレム

「北海道・本州・四国・九州・沖縄」すべてに格付けチェックインすると獲得できるエンブレムやラーメン屋を○件格付けチェックインするともらえるエンブレムなどがユーザーの行動インセンティブとして成功しています。

GAMIFICATION

ゲーミフィケーション実績（トークンエコノミー）



SynchroLifeβ 版（日本版）の実績

上記のゲーミフィケーションによる SynchroLifeβ 版（日本版）の実績としてはダウンロード数は 10 万件を突破し、37,000 人以上のアクティブユーザー数のうち 22%が格付け 170,000 件以上の投稿数（口コミ）を投稿しています。

ユーザー達が実際追加してくれた店舗情報が 35,000 店舗以上あり、現在 1 日平均で 25 店舗以上の店舗情報追加依頼があります。すでにユーザーの格付け投稿のある店舗は 77,000 店舗以上、写真枚数 410,000 枚以上になります。また SynchroLife の問い合わせで現在最も多いものが「新規オープン・店舗情報修正・閉店」などの情報提供になります。

現在までユーザーの増加、サービス価値向上はゲーミフィケーションによってユーザー主体で向上されており、トークン報酬を導入した分散型レストランレコメンデーションプラットフォームへの進化でより経済的なトークンエコノミーの形成がユーザーをよりの継続的にモチベートすることが可能になり世界基準のプラットフォームの実現性が非常に高くなると考えます。

NUMBERS

SynchroLife (β版) の日本での実績

会員登録数

37,000人以上

格付け投稿率 (格付け投稿したことあるUU/総会員数)

22%

登録店舗数

750,000店舗以上

口コミ投稿のある店舗数

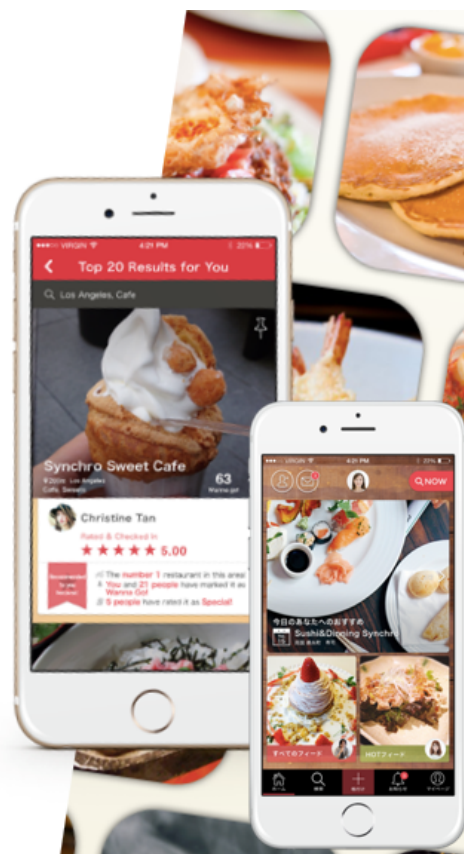
77,000店舗以上

口コミ投稿数

170,000件以上

写真枚数

410,000枚以上



GROWING DAILY

ゲーミフィケーションでの成長実績

現在までユーザーが追加した店舗数

35,000店舗以上

1日平均でユーザーから追加される新規店舗数

25店舗

ユーザーからの最も多い問い合わせ

新規オープン・店舗情報修正・閉店

口コミのある店舗数

77,000店舗以上

口コミ投稿数

170,000件以上

写真枚数

410,000枚以上



トークン＆プラットフォーム

Ethereum の Blockchain 上で作成された SynchroCoin トークンは SynchroLife プラットフォームの価値向上のための良質な格付け投稿、最新の店舗情報更新、新規店舗追加、閉店店舗の報告、店舗情報の翻訳、友達紹介、加盟店舗の紹介などをプラットフォームへ提供する対価としてユーザーに配布されます。また SynchroCoin トークンはスマートコントラクト技術の活用により、飲食店がプラットフォーム上で集客を目的として支払う広告費用の一部を情報・コンテンツを提供したユーザーの貢献度によって報酬として自動分配されます。

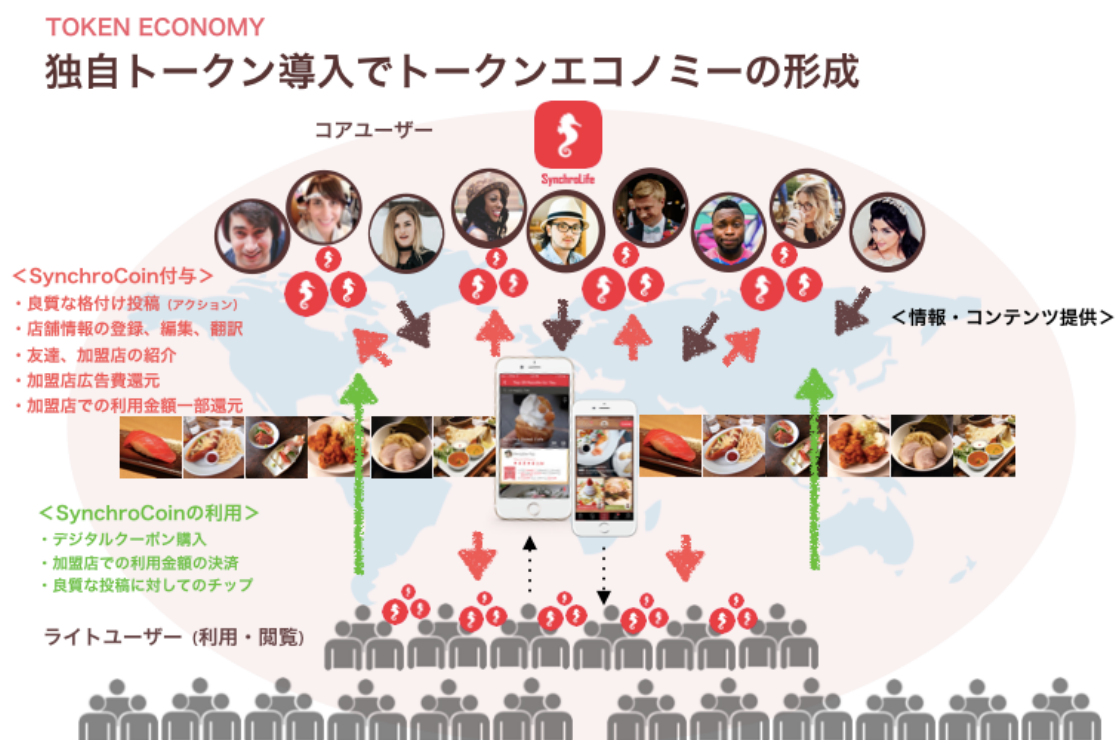
これらの取引は Ethereum の Blockchain 上で行われます。

従来のボランティアが情報・コンテンツの投稿を行い、運営型が膨大な時間を費やす必要のある既存のグルメ系サービスとは異なり、SynchroLife のプラットフォームでは投稿者はその作業に対する報酬が与えられ、エコシステムでのプラットフォームの価値を上げ続ける動機が与えられます。

SynchroLife はアプリ内にマルチ仮想通貨・トークンウォレットが搭載され、

Bitcoin・Ethereum・SynchroCoin を管理することができます。

趣味でブログを書いていた人がある時代から”ブロガー”として広告報酬をもらい仕事になったり、YouTube へ趣味で動画コンテンツをあげていた人がある時代から”youtuber”として職業になったように、“グルメレビュアー”という仕事が誕生するでしょう。



SynchroCoin トークン(SYC)を受け取る方法

ユーザーは以下の方法で SynchroCoin トークンを受けとることができます。

A. 格付け投稿 (口コミ)

ユーザーは格付け投稿 (口コミ) をすることで SynchroCoin トークンを受け取ることができます。

投稿がプラットフォームを利用するユーザーへの貢献度に応じて獲得量が増減します。

貢献度は利用ユーザーの「行きたい」「チップ」などを元にプラットフォームへ

の価値がスコア化されます。

B. 店舗情報登録・編集・翻訳

ユーザーはまだ情報がない店舗の情報を新しく登録したり、閉店や店舗情報の更新・翻訳など分散型店舗情報データベースの価値向上に寄与することで SynchronCoin トークンを受け取ることができます。

また同時に他のユーザーの情報登録や変更に対してレビューをすることが義務付けられています。SynchronLife は双方がエリアや言語がマッチするアルゴリズムを提供します。

C. 友達・加盟店舗の紹介

ユーザーは友達を紹介すること、行きつけの飲食店をプラットフォーム上へ加盟店として参加する紹介を行うことで SynchronCoin トークンを受け取ることができます。

D. 加盟店舗の広告費の一部シェア

加盟店舗がプラットフォーム上でマーケティング活動をするために SynchronCoin トークンで支払われる広告費の一部は、その飲食店の新規店舗情報作成や良質な格付け投稿（口コミ）をそれまでに行なったユーザーの貢献度に合わせて分配されます。

※プラットフォームの貢献に対しての報酬であり、トークン所有の有無は関係ありません。トークンホルダーとしての報酬ではありません。

E. 加盟店舗でのサービス利用金額に対してのインセンティブ

ユーザーは加盟店での飲食の利用金額の一部をインセンティブとして SynchronCoin トークンを受け取ることができます。そのインセンティブは店舗が支払う成果報酬広告費の中の一部から支払われます。

還元率は利用金額の 1%以上になります。

SynchroCoin トークン(SYC)の利用

A. 飲食店のデジタルクーポンのマイクロペイメント購入

加盟店の飲食店は SynchroLife プラットフォーム上でマーケティング活動を目的としたデジタルクーポン（金券のようなもの）を発行しユーザーはそれをクレジットカード、Bitcoin、SynchroCoin トークンで購入できます。

例えば 150 ドル以上で 30 ドル分の割引クーポンをユーザーは 3 ドルで購入できます。

その支払いには Bitcoin、SynchroCoin トークンが利用可能です。

デジタルクーポン購入には最低 1 SynchroCoin トークン=1\$以上の価値で利用できます。SynchroCoin トークンの市場価値が 1 \$ 以下の場合は 1\$の価値が保証されます。また市場価値が 1 \$ 以上の場合は販売価格を取引レートで換算して利用できます。

B. 加盟店での飲食代金の決済

ユーザーはアプリ内のウォレットを通して飲食店での決済に SynchroCoin トークンを利用できます。

将来的にはウォレットと連動した Synchro デビットカードにて世界中の店舗や WEB サービスで決済に利用できます。

C. 加盟店の広告出稿

加盟店はマーケティング目的で SynchroLife プラットフォームで様々な広告活動を行うことができ SynchroCoin トークンで支払います。

D. チップとしての支払い

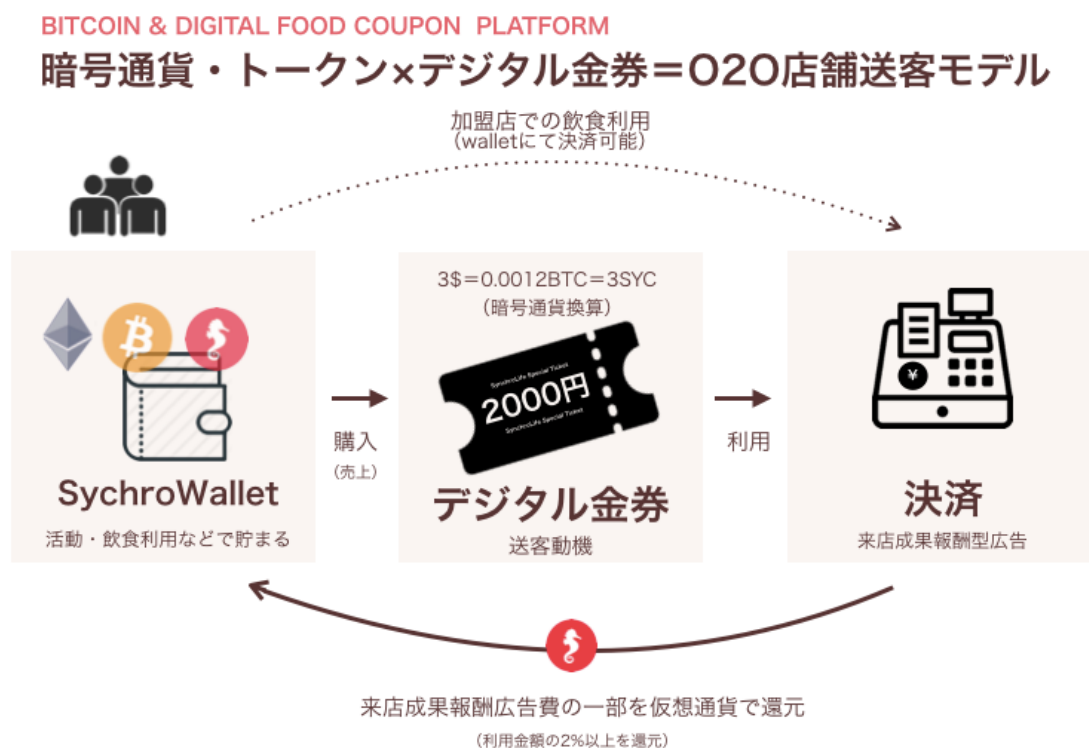
ユーザーは良質で役にたった格付け投稿（口コミ）者に対してチップとして SynchroCoin トークンを送ることができます。

SynchroCoin トークンで実現する新しい経済圏

- ①SynchroCoin トークンの流通・プラットフォームの価値上昇
- ②SynchroCoin トークンの利用と価値上昇
- ③SynchroCoin トークンの飲食店マーケットを超えた決済利用

上記の過程を通してユーザーとサービスの成長・対価を共存し、ユーザーと飲食店の間にトークンベースの新しい経済圏を創出します。

分散型レストランレコメンデーションプラットフォームのエコシステム



収益モデル

ユーザー課金モデル

- ① 月額 3\$のプレミアム会員モデルを構築します。

プレミアム会員は一般会員の機能をさらに便利に利用でき、デジタル金券購入のディスカウント購入、利用金額に対しての SynchronCoin トークンの還元率 UP などのプレミアムサービスを受けることができます。総会員数の 5%~8% をターゲットとした収益モデルになります。

② デジタルクーポン販売

加盟店はプラットフォーム上での集客目的で 10\$~50\$（最低利用金額付き）の金銭的価値の高いデジタルクーポンを発行できる仕組みを利用でき、ユーザーは 1\$~5\$のマイクロペイメントで購入することができます。

加盟店は利用金額に対しての一定の割合を販促値引きとして活用してもらい、購入金額はすべて SynchronLife の収益となります。

これは加盟店・ユーザー共にとても合理的です。

加盟店収益モデル

1. 加盟店舗からの広告収益

加盟店舗がユーザーの来店時の利用金額に応じて成果報酬型広告費を支払い、SynchronLife の収益となります。

その広告費の一部がユーザーへ SynchronCoin トークンで還元されます。加盟店舗はさらに SynchronCoin トークンを購入して還元率を上げて集客力をさらに強化することができます。

利用金額に対して SynchronCoin トークンをユーザーインセンティブとすることで、ユーザーが来店時の承認に協力します。

2. CRM 利用収益

加盟店舗はユーザーの再来店率向上などを目的とした CRM 機能をプラットフォーム上で月額費用（月額 30\$~50\$）で利用可能です。一度来店したユーザーへのデジタルクーポン発行や、来店ユーザーの頻度や属性のデータ分析も閲覧可能になります。

3. 通常広告出稿モデル

企業は SynchronLife のフィード内を中心とした純広告枠へ出稿が可能で、広告収益となります。

4.決済収益

ユーザーは加盟店舗で加盟店アプリを通して Bitcoin・Ethereum・SynchronCoin トークンで利用金額を支払うことが可能です。支払いに対しての手数料は SynchronLife の収益となります。

また Synchron デビットカード発行後は SynchronLife 加盟店以外でのデビットカード決済の手数料も収益となります。

ロードマップ

SynchronLife は、ロードマップ上のマイルストーンのひとつひとつを完了することに尽力します。コミュニケーション チャンネルのオープン性と透明性を維持することに加え、進捗状況の更新情報も開発ニュースレター、SNS で提供していく予定です。

<2017 年 9 月～10 月>

SynchronCoin クラウドセール

<2018 年 8 月>

トークン報酬搭載シンクロライフアプリリリース

- ・ SynchronCoin 報酬実装
- ・ アプリ内ウォレット実装

<2018 年 9 月>

加盟店向けサービス β 版提供

- ・ QR コード承認での暗号通貨付与
- ・ 飲食店との実証実験

<2019 年 4 月-5 月>

飲食店での SYC 還元スタート

加盟店向けサービス（専用アプリ）リリース

- ・ 来店承認機能
- ・ SynchronCoin 還元率設定機能他

<2019 年 7 月-9 月>

デジタルクーポン発行機能

<2019 年 9 月～12 月>

・加盟店での決済サービス

※トークン含むデジタルマネー決済

<2020 年>

・ SynchronoLife カード

今後のサービス成長フェーズ

今後下記のフェーズで事業成長をします。

2018 年前期

①分散型レストランレコメンデーションプラットフォームスタート

アジアを主要国としマーケティング資金を投下し世界中のグルメ開拓ユーザー獲得、プラットフォーム上での情報・コンテンツ拡充

2018 年中期

②加盟店向け O2O 送客プラットフォーム

分散型レストランレコメンデーションプラットフォームの成長に伴い世界中の飲食店が集客プラットフォームとして活用

2018 年後期

③SynchronoCoin トークンの流通拡大

2019 年前期

④仮想通貨・トークン加盟店決済スタート

加盟店アプリでの仮想通貨・トークン決済、サービス内での仮想通貨・トークン同士の交換での Fintech 事業スタート

⑤Synchrono デビットカード発行で飲食店以外のサービス業種も含む Fintech 事業の拡大

世界的な仮想通貨・トークンの消費者普及と生活での利用が急速に拡大する中で SynchronoLife が抱える多数のウォレット口座・デビットカードによる飲食業

以外での決済利用で事業領域を拡大します。

SynchroCoin トークン(SYC)について

SynchroLife プールからの分配

①プラットフォームへの情報・コンテンツ提供

<店舗情報・格付け投稿（口コミ）>

プラットフォームコンテンツに対しての SynchroCoin トークンの報酬は SynchroLife プール分から 1 週間ごとに一定量が分配されます。

プラットフォームの価値向上に貢献した活動である格付け投稿（口コミ）、店舗情報の新規作成・更新・翻訳はそれぞれの貢献度に対して Value（VL）トークンが与えられます。

（VL）トークンは他の者に譲渡することができないため、プラットフォームの価値向上に全力で取り組んだユーザーのみが（VL）トークンを保持することができます。

（VL）トークンは報酬期間に付与される SynchroCoin トークンの数の分配計算に使用されます。分配率は各自が保有する（VL）トークンの総数の割合に基づきます。1 週間に一度の SynchroCoin トークン報酬が配布された後に（VL）トークンは自動的に消費されます。

SynchroLife プールからの配布量は上限 20,000,000 となります。

SynchroLife プールからの供給は SynchroCoin トークンの仕組みが導入されるまで始まりません。

これらの配布分の SynchroCoin トークンは、初期のプラットフォームの価値向上と成長に大きく貢献します。SynchroLife プールからの配布量は 2 年間に一度半減し時間の経過とともにゼロに向かって減少します。

（店舗情報新規追加・更新・翻訳）

ユーザーの店舗情報の新規作成・更新・翻訳を行なった場合、複数の他のユーザーが確認をします。確認が行われたものは「承認済み」のマークが付き Blockchain 上にコミットされ（VL）トークンが発行されます。

確認が行われないものは「未承認」マークが付きます。

（口コミ投稿）

口コミ投稿は公正にスコアリングされた価値に（VL）トークンが発行されます。例えばユーザーが誰も口コミしていない店舗へ初めての口コミ投稿や、利用ユーザーの口コミに対しての「行きたい」「チップ」などを元にプラットフォームへの価値がスコア化されます。

プラットフォーム上での通報や否認率が高い場合は（VL）トークンは減少します。SynchroLife は、この（VL）トークンとスコアリングの仕組みを活用する事によって店舗情報・口コミコンテンツの品質を担保し「信用」を構築する仕組みになっています。

加盟店広告費からの分配

1. 加盟店舗広告費について

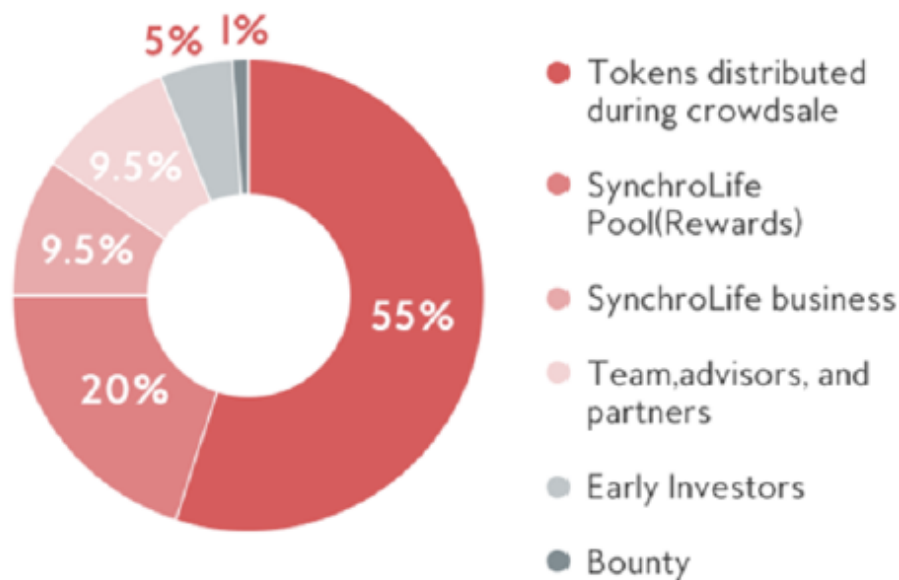
加盟店舗は SynchroCoin トークンで広告費を支払います。広告を出稿した店舗の加盟店登録の紹介・店舗情報新規作成・良質な格付け投稿（口コミ）どれかを行いその店舗に貢献したユーザーは広告費の一部を SynchroCoin トークンとして継続的に報酬として受け取ることができます。

※プラットフォームの貢献に対しての報酬であり、トークンホルダーとしての報酬ではありません。

2. 加盟店舗での飲食利用

ユーザーは加盟店へ来店して会計時に来店承認を行なってもらうことで、一定の SynchroCoin トークンの報酬を受け取ることができます。

※来店に対しての還元されるアフィリエイト型の報酬であり、トークンホルダーとしての報酬ではありません。



SynchroCoin トークン分布

SynchroCoin トークンは 100,000,000 発行され初期割り当ては次のとおりです。

発行量上限 100,000,000 クラウドセール参加者に 55,000,000 (55%)

SynchroLife プール(報酬用) 20,000,000 (20%)

SynchroLife 保有 9,500,000 (9.5%)

Team & Advisors & Partner 9,500,000 (9.5%)

アーリーインベスター 5,000,000 (5%)

バウンティーボーナス 1,000,000 (1%)

SynchroLife ビジネス (保有) (9.5%)

保有は新規獲得プロモーションのインセンティブやキャンペーン利用等のマーケティング、今後の従業員の拡大、今後 5 年間の将来の成長のために保有しています。

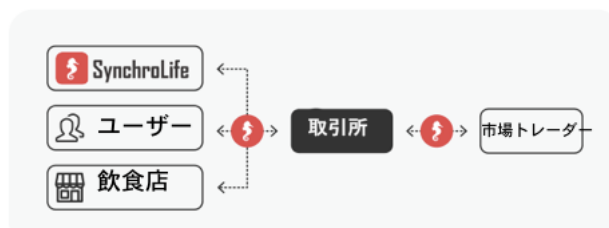
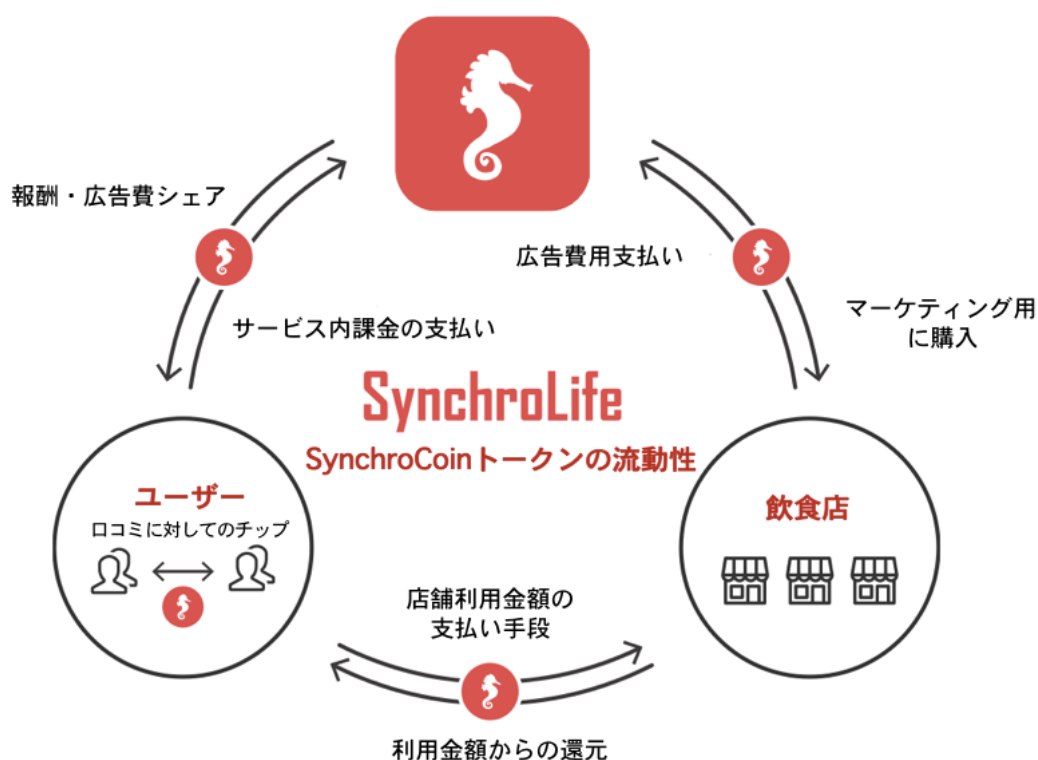
Team & Advisors & Partner (9.5%)

9.5%プロジェクトの開発の企画に携わったチームメンバーおよびクラウドセールの携わった主要貢献者のために予約されています。実際に SynchroLife プロジェクトの実施を支援しています。この SYC は 1 年間ロックされます。

SynchroCoin トークンの流動性

SynchroCoin トークンはERC-20(スタンダード／一般的な)トークンなので、一般の人気の仮想通貨取引所に取り扱いしてもらうことが可能です。取り扱いまで最大限の努力を行います。取り扱い後は SynchroCoin トークンの所有者はそこで SynchroCoin を売買することができるようになります。

また SynchroCoin は SynchroLife 内でユーザー、加盟店が様々なサービスに利用できるので、ユーザー・加盟店舗の拡大と共に流動性が大きくなることが期待されます。



SynchroLife Team Members

Tomochika Kamiya

Founder & CEO

Tomochika founded his first company while attending Hosei University. For 10 years he worked to support over 1400 restaurants and salons with Online-to-Offline marketing. In 2016, Tomochika then founded his second startup GINKAN Inc, and released the social restaurant review platform SynchroLife. Since its release, SynchroLife has now incorporated blockchain technology and a token economy, and held an ICO through GINKAN's Hong Kong subsidiary SynchroLife Limited. SynchroLife has tokenized the value of restaurant reviews and created the world's first restaurant review platform that rewards users with tokens.

Hiroshi Mita

Co-founder & CTO

Graduated from Worcester Polytechnic Institute's Department of Electrical and Computer Engineering. Worked on rescue robots while at university and since graduating has been involved with the development of over 50 Android and iOS mobile apps. He has extensive experience and knowledge with smart contract development and is one of Japan's top class blockchain engineers.

Masaki Kawai

Development Director

Masaki graduated from Rikkyo University and immediately joined the engineering team at a large company as a programmer in charge of their order system and mobile app development. After this position he worked as the development leader assistant at a mobile app development company and as the executive member of a startup company. He's been working as an engineer for over 8 years. In 2018 he joined the SynchroLife project as Development Director.

Shun Sato

Creative Director

Shun is currently the CEO of the design firm THE APP BASE, and has a wide variety of design experience having worked in the architecture industry before moving to IT. He's worked on the UI and UX for over 300 different web and mobile projects and is focused on making things not just appealing visually but on solving usability issues and making business products intuitive and easy to use. Shun joined the SynchroLife

project as chief designer in 2014.

Laura Symborski

Brand & Marketing Lead

Laura has had a wide variety of translation and localization experience including translating for Japan's largest recipe site Cookpad, working to assist Japanese companies to receive patents in the United States, doing Japanese ad quality checks with ZeroChaos and more. Since joining the SynchroLife project in 2014 she has been the project leader on the business and development side leading the marketing, PR, and community management in Japan and now globally.

Motoshi Shimizu

Financial Advisor

Motoshi graduated from Keio University's Business School and is a certified public accountant / tax accountant. He earned his public account certification while in university (the youngest to pass at that time). Experienced public share support work at a large audit corporation. Studied at Purdue University Krannert School of Management and obtained a master's degree in business management. After returning to Japan, Motoshi joined UBS Securities Company as the investment bank division director and worked with M&A and stock underwriting. Most recently Motoshi has worked as the Chief Financial Officer for one Japan's largest resort management companies. Passionate about SynchroLife's mission, Motoshi joined the SynchroLife team to assist with financial and legal issues.

Eunjin Kim

Planner

Eunjin has previously worked at Netmarble, Gmarket, and other major South Korean portal sites helping with the production and development of several major movie and entertainment projects. Working with the LG U+ cloud service, she helped with the production and marketing for a variety of projects. She also worked as the product manager for U+ Box Shoot and their set-up box. Eunjin joined GINKAN to assist with the direction for 10 minute dating app Festar, and now also assists with the development direction, marketing, and translations for SynchroLife.

Motoi Takada

Project Planning & Development

Joined Dentsu Meitetsu Communications Inc in 2006 where he was the advertisement account producer for major automobile, railway, and apparel clients. Has extensive experience with all types of promotions

and creative direction. Won the Zenkoren Suzuki Saburosuke Regional Creative Award and Dentsu Advertising Award for a bridal television commercial. Became deeply interested in blockchain technology and the token economy movement in 2017, and joined the SynchroLife project in 2018.

Tomoaki Sato

Advisor & Escrow, Founder of Starbase

Tomoaki Sato is the Founder of Starbase (<https://starbase.co/>), a crowdfunding/crowdsourcing platform using tokens to help people and companies rocket launch their ideas. He is serving as an escrow and an advisor to the SynchroLife Team.

Disclaimer

This white paper does not constitute an investment, legal, tax, regulatory, financial, accounting or other advice, and this white paper is not intended to provide the sole basis for any evaluation of a transaction on acquiring SynchroCoin (SYC) tokens. Prior to acquiring the SYC tokens, a prospective purchaser should consult with his/her own legal, investment, tax, accounting, and other advisors to determine the potential benefits, burdens, and other consequences of such transaction.

Nothing in this white paper shall be deemed to constitute a prospectus of any sort or a solicitation for investment, nor does it in any way pertain to an offering or a solicitation of an offer to buy any securities in any jurisdiction. This document is not composed in accordance with, and is not subject to, laws or regulations of any jurisdiction which prohibits or in any manner restricts transactions in respect of, or with use of, digital tokens.

Contact Information

シンクロライフについての質問がある場合は、<http://www.synchrolife.org> にアクセスするか info@synchrolife.org までご連絡ください。

Official Twitter Account: <https://twitter.com/synchrocoin>

Official Facebook Page: <https://www.facebook.com/synchrocoin/>

Official Instagram: <http://instagram.com/synchrocoin>

Official Telegram: <https://t.me/synchrocoin>

iOS App Store: <https://itunes.apple.com/jp/app/id557532449>

Android Google Play:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=jp.co.synchrolife&hl=ja>