

個人のシェアがプロモーションになる

究極のWeb共有システム

# GrandRoots

世界7か国で基本特許が成立した、広告手法の特許技術

株式会社 J-DATA

©2024 J-DATA Co., Ltd.

- GrandRootsは、情報の履歴を管理出来る非常に強い**基本特許**で、IT大手企業が活用すると、極めて有用です。基本特許は、同じ事業を行う際に絶対に使わざるを得ない、『**当たり前な事**』、『**基本的な事**』が**特許になったもの**です。
- GrandRootsで、**画期的な広告配信**が可能となります。
- GrandRootsを活用すると、**Affiliate marketingの連鎖を起こすことの出来る画期的なECを展開**出来ます。（新製品, 売出し商品, イチオシ商品, 限定商品等の効果的な新しいプロモーションになります。）
- 個人のシェアがプロモーションになるため、縦横無尽にプロモーションが拡がり、同時にマーケットも会員も拡大します。

GrandRootsの基本特許は、2035年まで有効です。

# Webを共有するだけで 誰が誰に伝えたかが分かります。

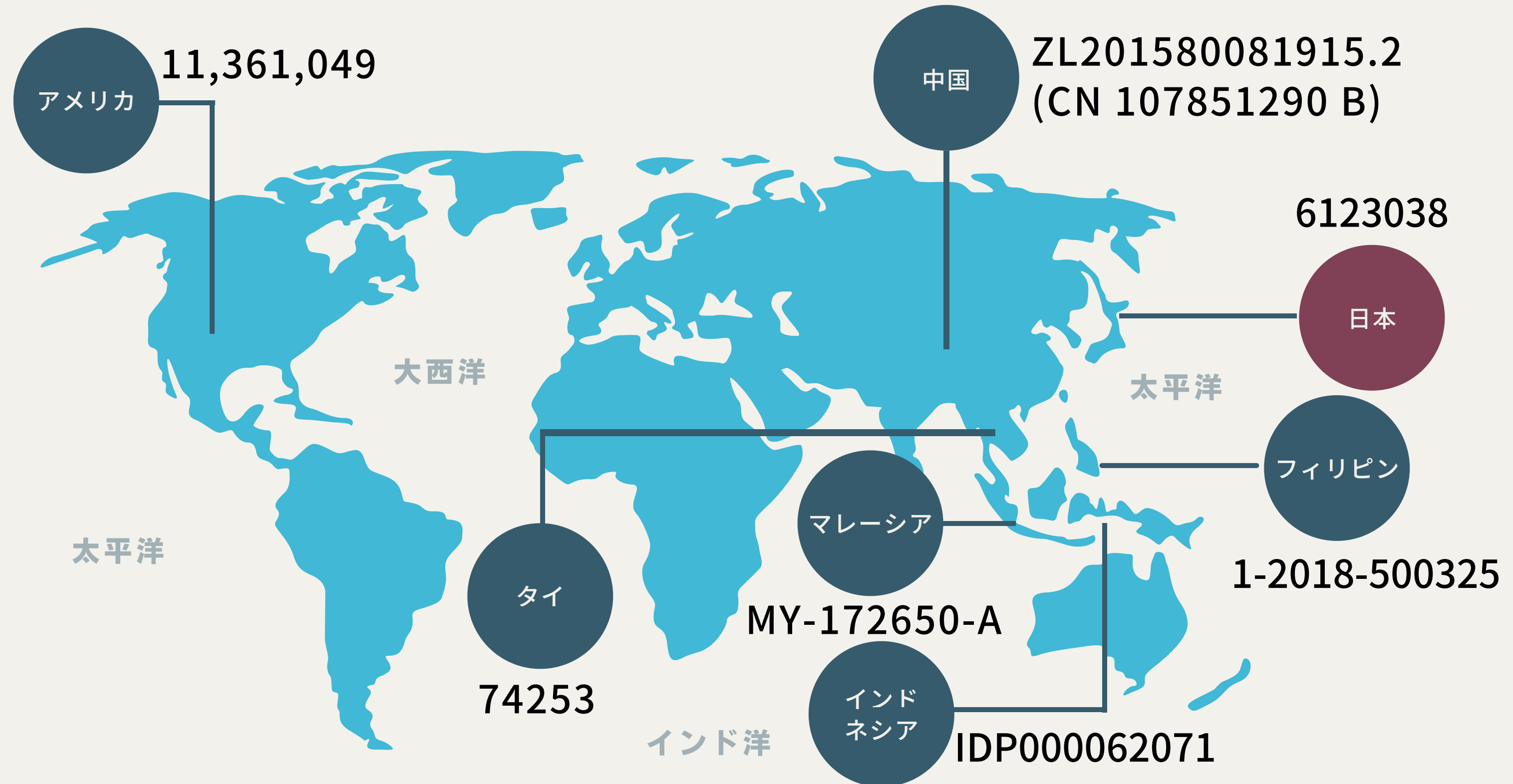
口コミのパワーを管理することで、様々な展開が可能

- 誰が誰にシェアして広がったかという履歴を把握
- 会員性のログイン機能と組合せ、利用者のみならず紹介経路にもポイントを付与する事も可能
- 販売に繋がったルートを可視化、各分析が可能



# 7か国で**基本特許**※として成立済み

EU,韓国,インド,特許出願中（※基本特許＝強い特許）



# 特長：シェアされる度に瞬時にできる枝番(※) しかも、Webや動画ごとにユニークに生成可能

(※枝番=ハッシュコード)

## 一方通行でない 自由自在なルート！

Webや動画を見るとシェアするためのURLが生成され、誰から誰に伝わったかがわかります。これだけだと、ありそうなシステムですが、つながる度・広がる都度、動画を配信する度に枝番が生成されるのがGrandRootsの特徴です。又Webや動画ごとに自由自在な流れを把握できる技術です。



<https://newtube.com/12345/linkid=XXXXXXXX>



<https://newtube.com/34567/linkid=CCCCCCCC>



<https://newtube.com/12345/linkid=YYYYYYYY>



<https://newtube.com/34567/linkid=BBBBBBBB>



<https://newtube.com/12345/linkid=ZZZZZZZZ>



<https://newtube.com/34567/linkid=AAAAAAAA>



# 技術的な説明

- 伝わった際のハッシュコード
- 新たに生成したハッシュコード
- 識別するためのID（会員IDや端末ID等）

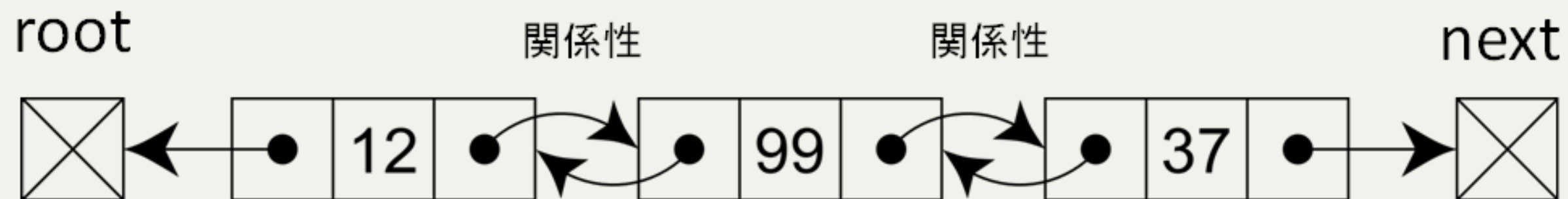


データを  
サーバに保管  
  
パソコン1台で  
千億以上の  
データ管理が可能



極めてベーシックな要素技術で、  
誰から誰に伝わったかを把握できます。  
サーバの負荷も極めて軽い技術です。  
しかも『生成されるハッシュコードで履歴を管理』という事が基本特許  
で成立していますので、競合他社は、同様のビジネスを展開出来ません

# 1億人からの検索が、1秒以内に終わる 非常に負荷が軽い技術



GrandRootsで使用する「Linked List」にはブロックチェーンで用いられているような暗号化ハッシュ並びにMerkle Treeを必要としません。そのためリンクを追いかけるための計算コストが非常に軽く ( $O(n)$ ) なっています。

プロトタイプのGrandRootsではリンクの管理に64bitアドレス (8文字のリンクID) を使用しています。これは9,223,372,036,854,775,807人まで管理できることを意味しています。

実際にリンクを辿る処理は、Linked Listにクラスタードインデックスという技術を併用していますので、 $O(n)$ といっても、1億人からの検索を行っても1秒以内に終わります。

# GrandRootsで、

## どんなサービスが 提供できるのか？

# 1

全く新しいWeb広告  
ShareShare PR.

# 2

バズらせるShopping  
ShareShare Shopping



# 1

## ShareShare PRは、全く新しいWeb広告!!

割込むじゃまな広告ではなく、**しっかり見られる広告へ**

### ShareShare PR

- 友人からシェアされたWeb広告を、見るとポイントがもらえる。
- Web広告を友人に共有すると連鎖が発生。連鎖した先でWeb広告が見られると、共有した途中の人も、ポイントがもらえる新しいWeb広告。

**全ユーザーが、Marketerになる画期的なプロモーションWeb広告です。**

現在のWeb広告は、**じゃまなタイミング**で表示されます。

ShareShare PRは、シェアされた人が、余裕のある時に、自分の好きなタイミングで広告を見る事が出来、かつ最後まで見るとポイントを獲得できるので**=しっかりと見られる広告**になります。

※広告の総視聴回数を制限しポイント付与できます。

# 2

## ShareShare Shoppingは バズらせるShopping！！

- 商品ページや動画を、友人に共有し、人から人への連鎖が発生します。
- 共有した先で誰かが購入すると、連鎖の途中の人も、ポイントの報酬がもらえる、新しいShoppingスタイル！

要するにAffiliate marketingが、連鎖したECになり、  
**共有した人全員が、Marketerになります！**

# GrandRoots 活用

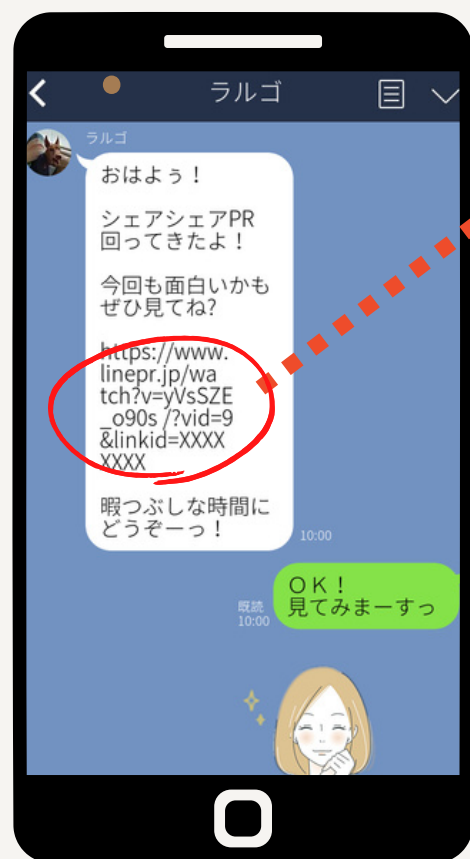
1

全く新しいWeb広告  
ShareShare PR.の流れ

# ShareShare PRの流れ

①スマホのSNSアプリで共有 → ②サービスにログイン→ ③ 動画視聴 → ④ 共有で完結！それだけ

## STEP1

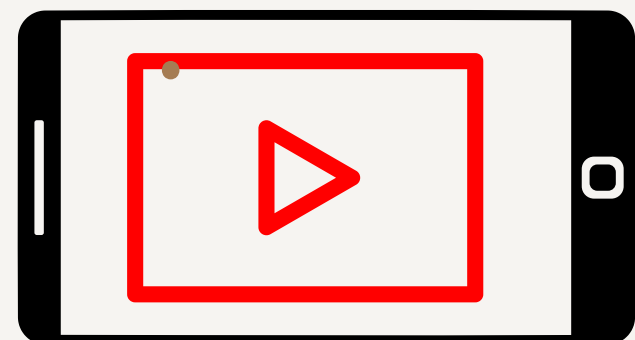


友人からSNSで広告共有のURLが届く



タップ (クリック) してアクセス

## STEP2

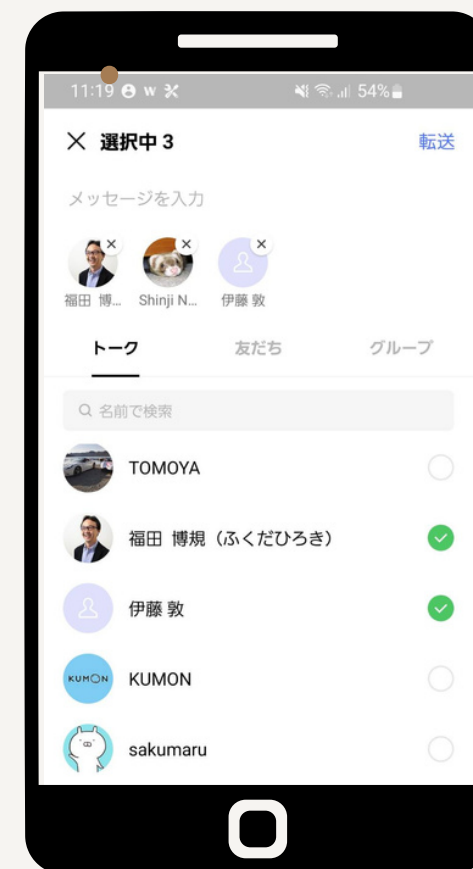


動画を視聴後



5ポイント獲得

## STEP3



共有する友人を選んでシェア



友人達が同じことを繰り返すみんながポイントを獲得!

# ShareShare PRの想定

例) シェアされた30秒の広告を最後まで見ると、見た人は5ポイント。  
更に伝わったシェア・ルーツを5人さかのぼり、その5人に1ポイントずつを付与。  
Eさんが見た時のポイントの振分けです。(A~Dさんが見た時にもそれぞれポイントの振分けがあります)



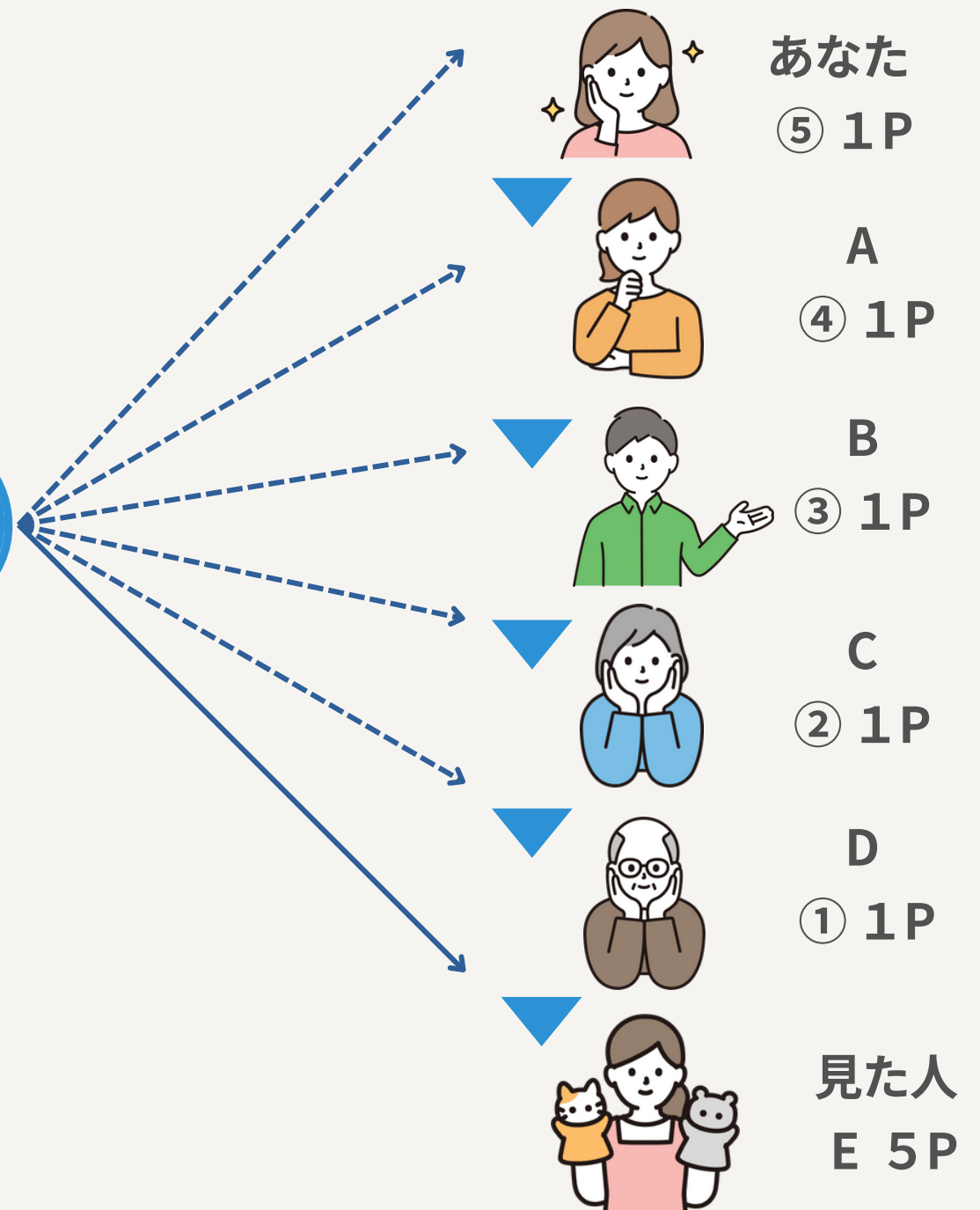
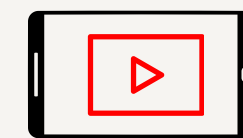
広告が1人に見られると、広告クライアントは  
20円を負担。

10円	サービスの運営費
10円	10ポイントの原資

シェア：5ポイント  
見た人：5ポイント



- 1つの広告について、同じ人は1回しかポイントを受け取れない。
- 広告毎に、毎回伝わるルートが変わるので公平。
- 広告料に応じて、上限の再生人数(回数)を設定。
- 1人ずつ伝わったケースで説明していますが、何人に伝えても良い。



補足：仮の設定です。色んな設定が可能です。

# ポイント獲得で、ShareSharePRが拡散します！

例えば、Aさんが3人にシェアし、その先も3人ずつシェアすると、5世代先まで合計すると363人になります。全員がPRを余裕のある時に見るだけで、Aさんは多くのポイントを獲得できます。

	1st	2nd	3rd	4th	5th	合計
3人ずつ紹介	3	9	27	81	243	<b>363</b>

## 例

### 全員が3人ずつシェア

- 自分から直接は、3人にシェアしただけですが、3人ずつ5世代先まで拡がると363人になります。
- 見た人は5ポイント、シェアした人は5世代先まで1ポイントがもらえる、ShareShare PR.が、3人ずつ拡がったとすると、右の表の様に363ポイントを受取れる事になります。
- 自分が見ただけなら5ポイントですが、3人に共有しただけで、結果的に363ポイントを受取れる事になります。

	広がる人数	Aさんの期待ポイント	
1st	3	3人×1	3
2nd	9	9人×1	9
3rd	27	27人×1	27
4th	81	81人×1	81
5th	243	243人×1	243
合計	<b>363</b>		363

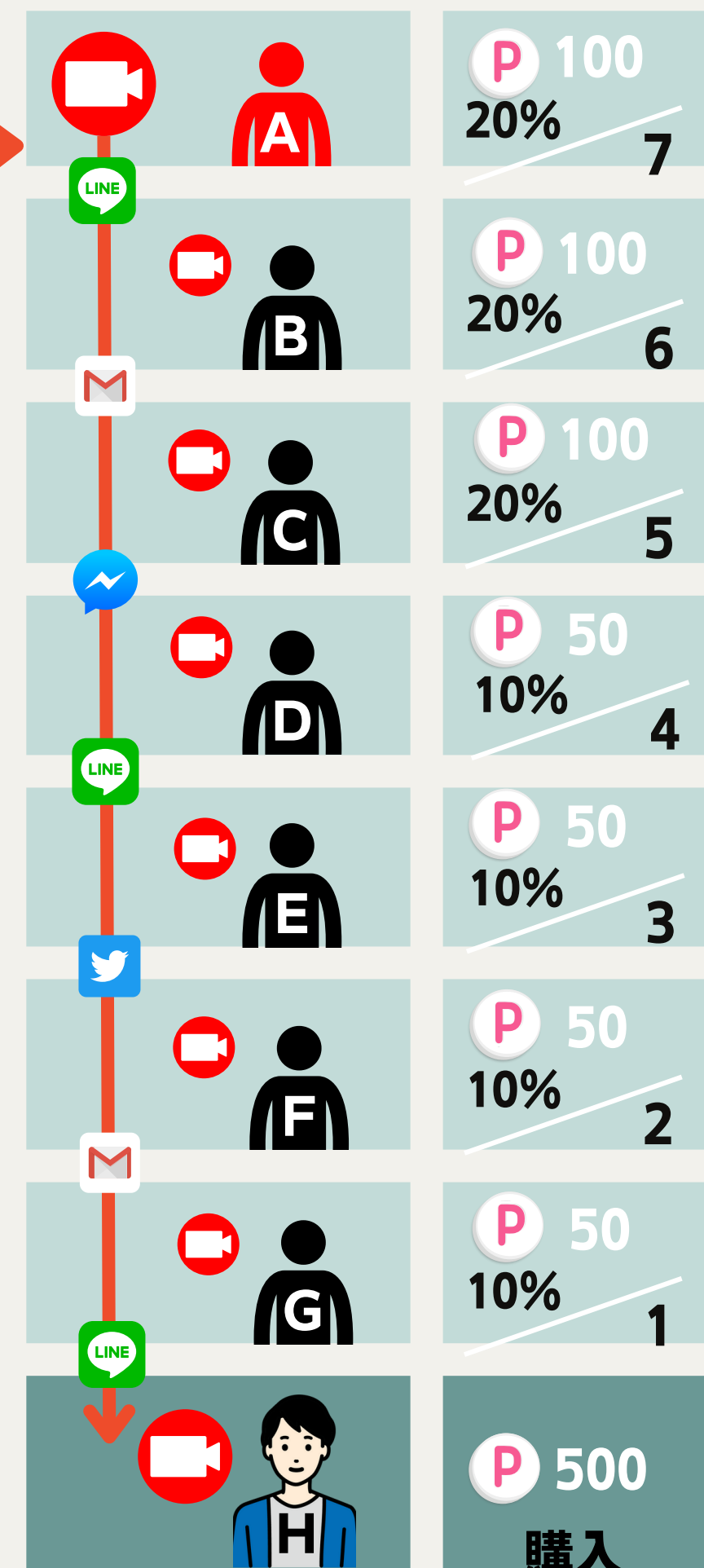
# GrandRoots 活用

2


バズらせるShopping  
ShareShare Shopping

# 全く新しいWebショッピング が展開します！

シェアされた広告を見て、製品を購入した場合。  
(先に、SSモール側の条件設定が必要です。)



販売会社	\$70.00-
SSShopping 利用料	\$10.00-
Roots機能 運営費	\$10.00-
1,000ポイント の原資	\$10.00-

  
**Hさんがシェア動画を見て\$100.00-の製品を購入**  
 製品金額：\$100.00-  
 【企業側の条件設定】  
 Hさん(購入者) 500ポイント  
 Hさんまで伝わったRootsに  
 50/50/50/50/100/100/100が  
 付与される設定

※ \$100.00-の製品が販売された場合の内訳。

※SSモールの利用料は、10%とする。

※ \$100.00-の製品が販売されると、販売会社は、通常の手数料の他、\$20.00-を追加で負担。



# ポイント獲得が楽しくなり、広告が拡散します！

実際は何人に紹介しても良いので、例えばAさんが3人に紹介し、その先も3人ずつ紹介して行くと7代先まで合計すると、3,279人になります。一部の人が入りただけでも、Aさんは多くのポイントを獲得出来ます。

	1st	2nd	3rd	4th	5th	6th	7th	合計
3人ずつ紹介	3	9	27	81	243	729	2,187	3,279

## 例

### 全員が3人ずつ共有

- 3人に共有しただけですが、7世代先まで拡がると、3,279人になります。
- \$100.00-の製品を10人に1人が購入したとして、Aさんが、もらえるポイントを試算すると、右記の表のように32,190ポイントがもらえる事になります。
- 3人に共有しただけで、結果的に\$320.00-相当のポイントを受取れることになります。
- このような期待感がモチベーションとなり、魅力的な商品の情報は、積極的に拡散される事につながり、売上が向上します。

	広がる人数	Aさんの期待ポイント	
1st	3	3人×0.1×50	15
2nd	9	9人×0.1×50	45
3rd	27	27人×0.1×50	135
4th	81	81人×0.1×50	405
5th	243	243人×0.1×100	2,430
6th	729	729人×0.1×100	7,290
7th	2,187	2187人×0.1×100	21,870
合計	3,279		32,190

# ShareShare Shoppingのメリット

利用者は、プロモーション動画を見て、シェアした先で購入者がいれば、ポイントがもらえる。インフルエンサーにならなくても、プロモーション動画を共有するだけで気軽に拡散出来、ポイント獲得につながる。

魅力的な商品のプロモーションは、みんなが『これは面白い!!拡げたい!!』と、直観的に伝わり、**共有した人全員がMarketerになり**、バズる事につながります。

さらに、運営側は、広がった販売経路の分析も出来るため、ターゲット層毎に戦略を練る事が出来るため、回を重ねる毎にさらに効率良く拡がるプロモーションを行う事が出来ます。

## 活用例3. 動画配信サービスに活用した場合



### 新しいモチベーション！

動画配信サービスにGrandRoots機能を付加すると、シェアが達成感につながります。

例えば、トータルで、1,000,008回再生された内、自分がシェアした動画が、50,004回見られている…など、自分から拡がった人数が表示できます。

※自分経由の再生回数を認識することは、SNS活用のモチベーションに繋がり、積極的なシェアに繋がります。

# 特許の請求項

1

## 請求項 1.

ネットワーク上にて情報が拡散される履歴を管理する履歴管理方法であって、第1会員がネットワークを介して所定の情報を発信するときに、ハッシュコード生成サーバが第1会員の識別コードと前記所定の情報の識別コードとから第1ハッシュコードを生成し、ネットワーク上における前記所定の情報のアドレスに第1ハッシュコードを付与して前記所定の情報に記述する第1ハッシュコード生成工程と、第1会員からの発信に応答して第2会員が前記所定の情報にアクセスしたときに、アクセス管理サーバが第1ハッシュコードから第1会員の識別コードおよび前記所定の情報の識別コードを特定する第1アクセス管理工程と、第2会員が第1会員から受け取った前記所定の情報をさらにネットワークを介して発信するときに、前記ハッシュコード生成サーバが第2会員の識別コードと前記所定の情報の識別コードとから第2ハッシュコードを生成し、ネットワーク上における前記所定の情報のアドレスに第2ハッシュコードを付与して前記所定の情報に記述するとともに、第2ハッシュコードに第1ハッシュコードを関連付けてハッシュコード履歴データベースに登録する第2ハッシュコード生成工程と、第2会員からの発信に応答して第3会員が前記所定の情報にアクセスしたときに、前記アクセス管理サーバが第2ハッシュコードから第2会員の識別コードと前記所定の情報の識別コードを特定するとともに、前記ハッシュコード履歴データベースから第2ハッシュコードに関連付けられた第1ハッシュコードを取得し、第1ハッシュコードから第1会員の識別コードを特定する第2アクセス管理工程と、を備えることを特徴とする履歴管理方法。

## 2

### 請求項2.

請求項1記載の履歴管理方法において、第1アクセス管理工程では前記所定の情報にアクセスした第2会員および第1ハッシュコードから特定した第1会員にポイントを付与するとともに、第2アクセス管理工程では前記所定の情報にアクセスした第3会員、第2ハッシュコードから特定した第2会員、および、第1ハッシュコードから特定した第1会員にポイントを付与することを特徴とする履歴管理方法。

## 3

### 請求項3.

請求項1または請求項2記載の履歴管理方法において、第3会員が前記所定の情報にアクセスしたときに、前記所定の情報に付随して発信された付随情報のうち前記第1会員および第2会員が発信した付随情報が他の付随情報よりも優先して表示されることを特徴とする履歴管理方法。

# 発明者：佐々木 耕司

株式会社ジェイデータ代表取締役  
株式会社セルパワー代表取締役  
株式会社mana代表取締役会長

1963年広島県生まれ。1989年京都大学工学部卒業後、情報通信関連ベンチャー企業エグゼネットワークサービスを創業。1991年に有限会社京都ワークスを法人化し、その後、株式会社ジェイデータを設立。自身が発明した、携帯電話用の情報検索機能が携帯電話の世界最大手サムスン電子に採用され世界中で利用される。2021年6月までの16年間、株式会社ジェイデータの最高顧問は、世界的な著名人が務めていた。

現在は7か国で特許が成立している自身が持つ特許技術の利用先を探し、それを役立たせ、世界中の良いものが広まる為の仕組みとして活用される事を願っている。



佐々木 耕司インタビュー記事

**株式会社 J-DATA**

<https://www.j-data.co.jp/>