ALLIANCE CARGO DIRECT

日本から世界へ、ワンストップ・インバウンド EC

ホワイトペーパー Ver. 1.5

https://acd-coin.com/

目次

1. はじめに
2. ACD プロジェクトとは
   - プロジェクト概要
   - ACD プロジェクトを支える特許技術
   - ACD プロジェクトの前進サービス：中国における事例
3. インバウンド EC 市場
4. ACD プロジェクトの活動計画
   - 「インバウンド EC 専用センター」の設立
   - アプリの機能拡張
   - リニューアル版アプリケーションにおける新たな施策
   - レビュー/評価システム
   - マーケットプレイス
   - IoT 製品リモートコントロール/連携
   - グローバル化へのイメージ 「フィンテック EC」の姿
5. ロードマップ
6. トークンセール
   - トークンの基本情報
   - トークンセール詳細
   - 注意事項
7. ACD トークンの技術開発
   - システム構造と取り組むべきこと
   - セキュリティについて
8. ビジネス協議会メンバー
9. 株式会社 ACD と重要パートナー
   - 株式会社 ACD（ACD Inc.）
   - 株式会社 OCS
   - ＜参考＞OCS China
10. さいごに

補足資料

I. 「全日空海淘」サービスの紹介
II. 「全日空海淘」のプロモーション概況

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

1. はじめに

２０１８年２月４日、株式会社 ACD（以下 ACD）は、クリプトスクエア株式会社が運営する ICO プラットフォーム「REVOL」をもちいて購入型トークンの ICO を実施することを発表した。この目的は次の通りである。

“より安心・確実なスキームでインバウンド EC（海外向け e コマース）を行うための研究、および体制充実・拡大を行う。”

“これにより全世界的な EC 環境の最適化およびさらなる進化により利便性を向上させる。”

「インバウンドEC」とは、「日本国内サーバーのECサイトに、海外の消費者を呼び込む仕組み」のことを指す。
今、日本にある優れた商品を海外で売りたい。
あるいは海外の消費者が好みそうな日本商品を、海外で売りたい。
しかし、現地の店舗に流通させることはコスト、手間、時間がかかるため、インターネット上で販売したい。

そう考えた時、どういった点を解決しなければならないだろうか。
現地の言葉でサイトを作らなければならない。決済のシステムを考えなければならない。輸送のことを考えなければならない。素早く、安全に届くだろうか。税関の通過、現地での税金はどうなるか。現地での顧客の呼び込みもやらなければ、商品は売れないだろう。
課題ばかりである。

ACD は ANA グループの貨物部門の輸送ネットワークを活かしつつ、これらの問題を総合的に解決するノウハウとそれを支える特許技術を有する。すでに中国向けインバウンド EC サービス「全日空海淘」も順調に稼働している。今後はこのサービスをアジアや欧州、北米などへ拡充していくべく、ACD トークンセールを実施する。

世界中の人々に簡単かつ安心して日本のインバウンド EC サービスを享受してもらえる環境を提供することが我々のミッションである。

本ホワイトペーパーでは、「日本から世界へ、ワンストップ・インバウンド EC」を実現するためのプロジェクトについて紹介する。

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

2. ACD プロジェクトとは

プロジェクト概要

ACD プロジェクトは、すでに 2016 年 12 月 15 日から中華人民共和国（以下中国）で稼働しているインバウンド EC サービス「全日空海淘」（ゼンニックウ・ハイタオ）の世界展開に向けての研究・拡大・充実プロジェクトである。
日本の素晴らしい商品を世界中の消費者に、より確実に、早く届けるために、特許取得済みの事前通関システム「EKKYO.NET」をより多くの国との間でも浸透させていき、日本－海外間での商品の注文から受け取りの間に生じる、様々な問題を解決していく。

ACD プロジェクトを支える特許技術

ACD プロジェクトのビジョンを支える特許技術は以下のとおりである。

- 特許番号：特許第 6047679 号（P6047679)「商取引システム、管理サーバおよびプログラム」
  登録日（発行日)：2016/11/25 (2016/12/21)

- 特許番号：特許第 6088100 号（P6088100)「購入支援システム」
  登録日（発行日)：2017/02/10 (2017/03/01)

- 特許番号：特許第 6169296 号（P6169296)「購入支援システム」
  登録日（発行日)：2017/07/07 (2017/07/26)

ACD プロジェクトの前進サービス：中国における事例

すでに、2016 年 12 月 15 日に中国向けの EC サイト「全日空海淘」（ゼンニックウ・ハイタオ）」をスタートさせた。「海淘」とは、中国語で「海外の商品を購入する」という意味だ。「日本国内に設置された EC 基幹サーバーに、インターネット上で国境を越えアクセスしてきた顧客に商品を販売する」という、純粋な“B to C インバウンド EC”サービスである。日本国内のサーバーのサイトへの出品者は企業（B）を想定しており、これに対し、海外の消費者（C）を呼び込む。

201 7 年 3 月から Web サイト上でβテストを行い、同年 7 月に iPhone 版アプリをスタート、さらに同年 12 月より iPhone 版高性能アプリ、Android アプリをローンチしている。掲載される商品数は、すでに 20,000 以上の SKU（STOCK KEEPING UNIT）となっている。2018 年度中に 30 万 SKU（STOCK KEEPING UNIT）の商品取扱への到達を目指している。

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

インバウンド EC のプラットフォームにおいて重要になるのは、サイトの多言語化と多通貨対応、多彩な決済方法の選択と物流・発送フローの確立である。ACD ではこれらを包括的に取り扱う革命的なソリューションを提供してきた。

とくに、海外市場の中で最も注目を集める中国向けには EC、事前通関、国際宅配まですべてのフローについて ACD のサービス「EKKYO.NET」（国内特許取得済み）、「国際宅配サービス」でワンストップに対応することを可能にした。より安全・確実に、そしてスピーディーに国際市場への EC 展開を実現してきた。

実際に、中国を対象とした「全日空海淘」では 4 つの点で特徴を持つサービスを稼働させている。

（1） 航空便による完全な日本直送モデル
日本国内の出品企業が出品しやすい。日本国内の倉庫に商品を送った後、日本国内で関税など全ての手続きが事前に登録される「EKKYO NET（国内特許取得済み）」を有する。本サービスでは出品者に対し、これを「日本完結型」と謳っている。

（2） 保税区と同等の減税が適応
30%の減税が可能。日本の出品企業、中国の消費者に双方にとってメリットがある。

（3） （日本からの）事前登録によるスムーズな通関
中国の消費者は購入した商品を迅速に受け取れる。これにより日本側は受注が増えるというメリットもある。

（4） 効率的なプロモーション体制
利用者 9 億人規模の中国有力 SNS や遊戯施設と業務提携。またサービスのオープニングムービーなど、CA（キャビンアテンダント）の起用も行っている。

本プロジェクトでは、これらに対し、冒頭で述べた「研究、充実、拡大」を行うこと目指す。

3. インバウンド EC 市場

経済産業省の報告によると、2014 年において米国消費者による日本の EC を利用した購入額は 4,868 億（対前年比 112.6%）、中国からの購入額に至っては 6,064 億（対前年比 155.4%）に及ぶといわれている。今後もこのインバウンド EC 市場は大きな伸びが予測されている。同省はまた、2017 年のレポートで「世界の越境（インバウンド）EC の市場規模は 2020 年までに 9940 億ドルに

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

達する」と予想している。

海外からの利用者の多くは、メイド・イン・ジャパンあるいは日本ブランドのもたらす信頼性から日本の EC サイトを選択するか、または日本に観光で訪れた人が帰国後にインバウンド EC を利用して購入する傾向がある。

日本の経済産業省が 2017 年 4 月に公表した「平成 28 年度 我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備 （電子商取引に関する市場調査） 報告書」には、このような言及がなされている。

「世界の越境 EC 市場 世界の BtoC 越境 EC 市場規模においても拡大傾向にある。背景には、前述の通り、EC 市場規模そのものが拡大するにつれて、『品質のよい商品を低価格』で購入することが可能であり、海外からのインターネットショッピングであっても、安心して取引できる「マーケットプレイス」や越境 EC 支援会社が発達してきている。PC やスマートフォンの普及で、いつでもどこでも越境 EC が利用できる環境になりつつあることが考えられる。前年比成長率については、2016 年 31.6%の伸びがあり 2020 年まで対前年比 20%～30%の成長率が見込まれている」

2020 年の東京オリンピックを前に、インバウンド EC はまだまだ大きなポテンシャルを秘めている。 日本国内において、世界市場を見据えた EC 展開については今後のトレンドとして十分に予測される。ACD ではインバウンド EC における包括的なサービスの提供と丁寧なサポート体制により、商品出展者の企業様のビジネス展開もサポートしたい。

「全日空海淘」のサービスでは、日本の首都圏に 2018 年 2 月に設立された当サービスの取扱商品の専用倉庫を「ACD 越境 EC Center」とし、数千件/日 規模の配送体制を整えている。当然のごとく、まず目指すべきは収益拡大だ。一方で、このサービスによって日本の素晴らしい商品が世界に広まることも目指す。経済的側面のみならず、文化的側面での社会貢献も目標とするところである。

4. ACD プロジェクトの活動計画

株式会社 ACD は自社インバウンド EC を発展させるにあたり、下記に取り組む計画を有している。

「インバウンド EC 専用センター」の設立

一方、株式会社 ACD はすでに 2018 年 2 月に東京都板橋区に、このインバウンド EC「全日空海淘」のための「ACD 越境 EC Center」を開設している。今後、より専門施設とすることにより、さらに高い信頼性を持つ自動システムの構築を目指す。これは、一般的な EC ビジネスにおいてはその事業者が“買取

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

在庫の保有”を行うことは避けて通れないものと考えられている。しかし ACD は“商品在庫を保有しない”ビジネスモデルである。この大きな強みをさらに最適化し、下記の実現により、在庫リスクを確実に回避しながら購入者への配送リードタイムのさらなる短縮が可能となる見通しだ。

●受発注処理●入庫・検品・引当●自動ピッキング●自動梱包●自動インボイス作成●自動 OCS ラベル発行。

概念図は下記の通りである。

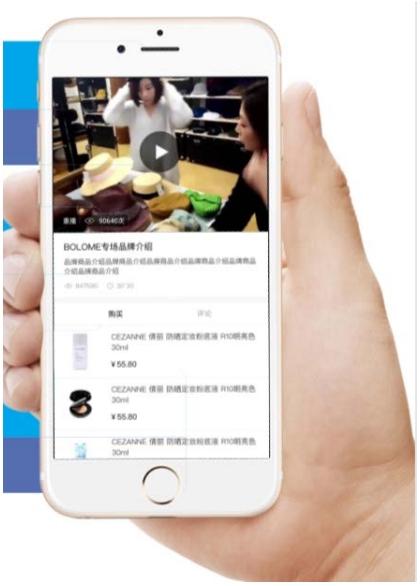
アプリの機能拡張

ACD では、インバウンド EC アプリ「全日空海淘」では、iPhone「iOS」のアップグレードに沿い、機能拡大を行ってきた。

主な変更点は中国で約 3.5 億人のユーザーが高い関心を持つ、動画生配信サービスとの連携機能を拡張したことである。

KOL やスタッフが商品の魅力を PR する。これにより、動画生配信サービスとの連携機能を行う。

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.



この連携機能の特徴は下記の通りである。

- 商品の購入＆商品ページへ遷移ができる。
- 番組配信中の購買誘発につながりやすい。
- 番組出演者やモールへ質問ができる。
- これにより視聴者が購入前に疑問や不安を解消できる。

「日経トレンディ」が「2018 年予測ヒット 100」で 2 位に選定した「熱狂ライブコマース」と似た概念である。

また、「ブランドフォロー機能」の拡張も行ってきた。ブランド一覧ページを設置し、商品をこのページから探せるようにした。

そこからリンクされる各ブランドのトップページでは、新商品やセールなどの情報を発信できるようにした。
さらにそこからリンクされる商品詳細ページでは、出品者に対し、詳細情報を提供いただけるよう働きかかける。具体的には、●商品の写真、●商品の特徴、●商品の強み、●商品の評価、●商品の仕様などである。また、ロングページの充実度の高い出品者（メーカー）には特別価格でのバナー制作および掲載の恩恵を提供する。

リニューアル版アプリケーション（iOS 高機能版、Android 版）における新たな施策

取扱商品の充実も EC サイト活性化の重要な要素である。「全日空海淘」では、下記の人気ブランドの取り扱いを開始する。

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

- ORBIS、BOTANIST、SOFINA、ATSUGI、一蘭、一風堂、kao、Mizuno、EMODA、CECIL McBEE。

また、趣旨に賛同メーカーする商品を 1 週間限定大幅値下げなどの試みを行う。
この他、ANA×Evangelion: 3.33 などのアプリ外サービスとの連動企画にも取り組む予定である。

レビュー/評価システム

インバウンド EC サイトユーザーにとって、選定しやすくするための評価システムを導入する。「ユーザー参加型」の EC としていく。新たなサービスのアイデアや既存サービスの改善ポイント等が投稿できるコミュニティも設置予定。有意義なレビュー・アイデアを投稿した貢献度の高いユーザーにトークン報酬が付与される。

マーケットプレイス

スマートフォンの利用が広がる付加機能として、マーケットプレイスの展開を検討している。例えば音楽・動画ストリーミングの有料コンテンツ・学習サービス等サブスクリプションモデルの支払、プロダクトやコンテンツの購入等などである。ACD のネットワークと連携する企業が提供するサービスやプロダクトを、トークンにて取引する事が可能となる。

IoT 製品リモートコントロール/連携

今後活用の場が広がる事が予想される IoT 製品との連携を実現する。IoT コントロールパネルをアプリ内に設置して、連携させるデバイスを登録するとリモートコントロールが実現する。

IoT 製品の連携として身近な例では、生活家電との連携 によるスマートホームの実現や、ウェアラブルデバイスやインプランド型によるヘルスケア製品の情報取得や接続する医療機関への送信等が想定される。
IoT 関連市場は今後大きな可能性を秘める市場である。

グローバル化へのイメージ 「フィンテック EC」の姿

以上のように、現状で進行している中国との事例を中心に、ACD の「インバウンド EC」について説明をしてきた。
ACD では、これを世界に拡大する考えを持っている。
「インバウンド EC」の概念をより定着させていく。
そのために有益な、特許取得済みの事前通関システム「EKKYO.NET」をより多くの国との間でも浸透させていきたい。

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

日本－シンガポール間、日本－タイ間、日本－フランス間。イギリス、イタリアとの間でもそれは同様だ。

現状は「日本の商品を中国の消費者が購入できる」という点のみが実現しているが、将来的には「EKKTO．NET」の国際特許の取得と並行して、日本人が海外のサーバーで管理されるサイトで買い物ができることも目指したい。より先には、タイ－フランス間など、日本を介さない事例も対象にとする計画を持っている。

相互の国の商品をインバウンド EC でそれぞれが購入できる。その管理体系や決済が暗号通貨を用いたサービスとなっていく。「インバウンド EC」の発展した姿は、その姿を保ちつつも「“フィンテック EC”」の性格を持つ。そういったものにもなっていくだろう。

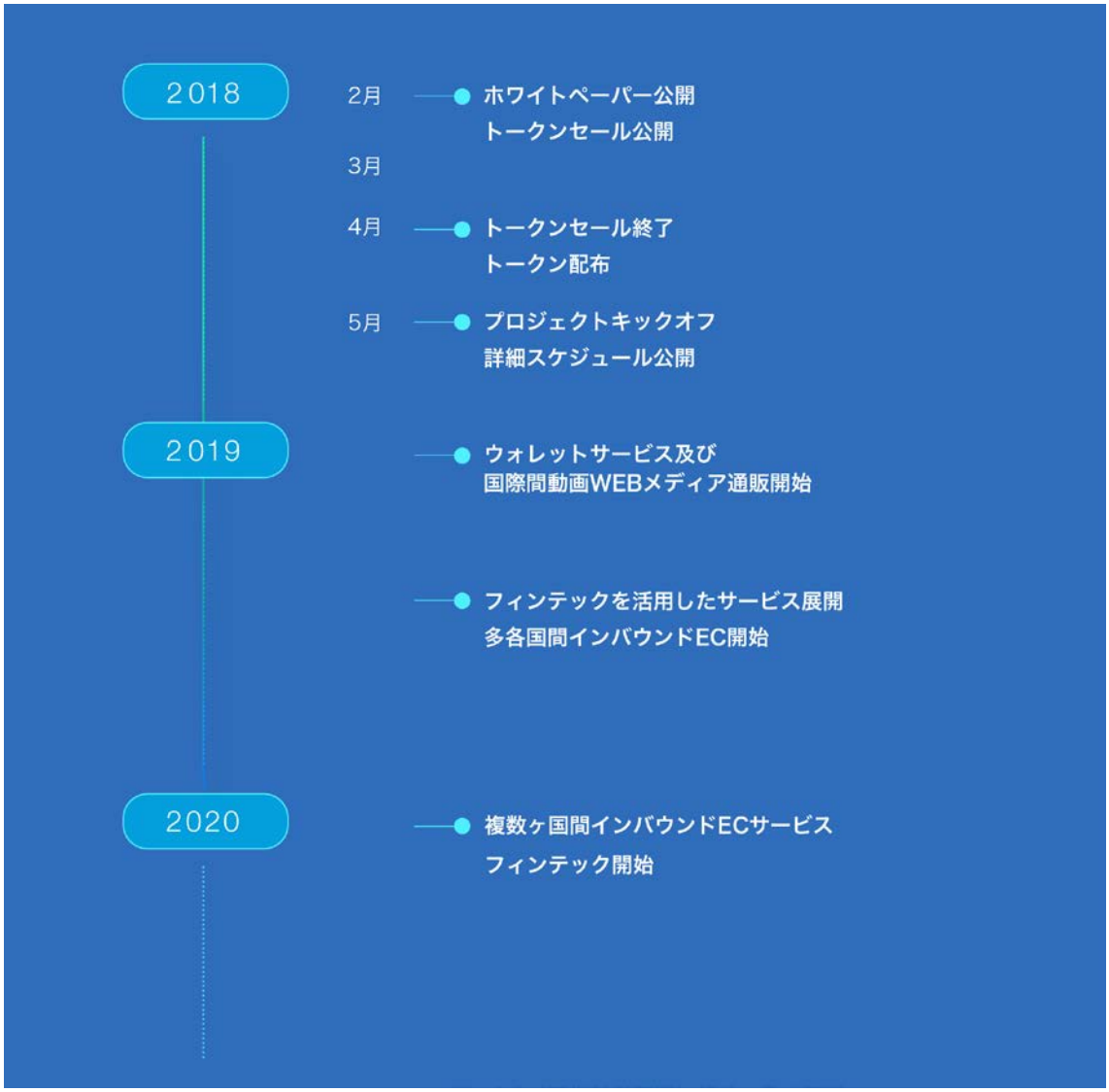
冒頭で、日本の素晴らしい商品を、世界に広めるという「文化的側面」に言及した。
日本のみならず、世界中の素晴らしい商品を臨む消費者に、より確実に、早く届ける。「EKKYO.NET」を始めとした ACD のスキームで、国を超えた文化が交流する、新たな世界がもたらされるはずである。

そのための研究・拡大・充実に取り組んでいく次第だ。

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

5. ロードマップ

ACD プロジェクトロードマップの概要は以下の通りである。詳細な開発ロードマップについては、本トークンセールでの調達資金額に応じて開発の優先順位を整理し、方向性を確定したうえで公開予定である。



6. トークンセール

株式会社ACDは、「日本から世界へ、ワンストップ・インバウンドECサービス」の研究・充実・拡大を目的として、トークンセールを実施する。トークンは、スマートコントラクトを持つブロックチェーン上で ACD（エーディーシー）と呼ばれる ERC20 準拠のトークンである。本トークンセールでは、この ACD トークンを仮想

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

通貨 BTC（ビットコイン）もしくは ETH（イーサ）から取得することができるものとする。係る取得は上記の各仮想通貨から本トークンに対する一方的なものであって、本トークンから BTC、ETH その他の仮想通貨に交換することはできず、それを可能とする交換市場は存在しない。
本トークンを取得できるのは、当社が定める利用規約に同意を得し、当社が承認した者に限られる。

トークンの基本情報

- トークン名称：　ACD (エーシーディー)
- トークンシンボル：　ACD
- トークン総発行枚数：　10 億個

トークンセール詳細

- セール期間中の取得可能枚数：　3 億個
- ACD の取得対価となる仮想通貨：　BTC（ビットコイン）又は ETH（イーサ）
- ソフトキャップ：　3000 万 ACD
- ハードキャップ：　3 億 ACD
- 販売期間：　2018 年 2 月 15 日から 2018 年 4 月 5 日
- 販売予約受付期間
  - 第 1 期プレセール：　2018 年 2 月 15 日～
  - 第 2 期プレセール：　2018 年 2 月 28 日～
  - 第 3 期プレセール：　未定
- 交換レート
  - 第 1 期プレセール：　1 ACD ＝ 23 円換算の BTC/ETH
  - 第 2 期プレセール：　1 ACD ＝ 32 円換算の BTC/ETH
  - 第 3 期プレセール：　1 ACD ＝ 未定

注意事項

トークンセールへの参加は、利用規約への同意が要件となる。
本トークンの第三者に対する売却、譲渡、担保設定その他の処分はできない。また、本トークンから日本円、米ドル等への法定通貨、BTC、ETH その他の仮想通貨、その他の有価証券と交換することはできない。

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

7. ACD トークンの技術開発

本プロジェクトでは、クリプトスクエア株式会社が運営する独自トークン発行ソリューション「REVOL」を用いて購入型トークンセールを実施する。この新プラットフォームの研究開発においては、高い技術力を持つパートナーとの業務提携により実現する。本項では、ブロックチェーンを利用したプラットフォーム開発を実現する上での基本的なシステム構造およびセキュリティ技術を紹介する。

システム構造と取り組むべきこと

仮想通貨とは、ブロックチェーン技術に基づいた、暗号化された P2P ネットワーク上に、モバイルデータ通信のシェアリング機能を実装するものである。

これにより、中央管理せず自律的にシステムが稼働するため、低コストかつ、面識のない第三者(参加するユーザー全て)とも匿名性を保ったまま、安全に取引が実行できるプラットフォームとなる。

またシステムには独自 AI エンジンを実装して、ユーザー個別のモバイルデータ通信の利用状況に応じた様々な提案を可能にする。今後はモバイルデータ通信の活用が広がる機能を付加していく事も計画している。

本トークンで採用する<Blockchain> REVOL プラットフォームでは、イーサリアム上でスマートコントラクトを構築。分散型アプリケーションとしての機能を実現していく事を想定している。

しかし、膨大な件数のリクエストを個別のトランザクション（取引）として処理していくことが求められていく状況に対して、現行のイーサリアム仕様では、取り組むべき点がいくつかある。

代表的なものは以下の 3 つだ。

- トランザクション手数料
- スケーラビリティ（拡張性）
- セキュリティ

具体的には、これらの点が挙げられる。

- 現状のトランザクション手数料が割高なこと。その分データ通信量の購入額が高額となる。
- そのトランザクション件数が膨大なのに対して、現行のイーサリアムの処理能力では追いつかず、スケーラビリティ問題に直面してしまい、実行までの大幅なタイムラグが発生してしまう点。

本トークンでは、上記の課題をイーサリアムの「ライデンネットワーク（Riden Network)」によるオフチェー

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

ン技術により解決する事を想定している。技術的詳細は割愛するが、「ライデンネットワーク」はイーサリアムの拡張機能を促すものとして随時開発・改善が続いているものである。
これを導入することで、下記の改善が見込まれる。

- 現在のトランザクション処理能力である毎秒 20 件から 100 万件に向上。
- トランザクション手数料を 7 桁コストダウンする。
- 1 秒未満で送信完了できるため、リアルタイムに取引が可能になる。

つまり、本質的なマイクロトランザクションを実現するのである。本トークンでは基本的には、このライデンネットワークによるオフチェーン技術を採用予定だ。

セキュリティについて

「取り組むべき点」としてもっとも大きな関心事となるのが、セキュリティの問題だろう。これについては、イーサリアムに対する機能拡張を、「ライデンネットワーク」に加え、「プラズマ」を共存させるという方法を取る。両者はいずれも、トランザクション（取引）の速度を向上させる機能を持つが、セキュリティ面では下記の特徴を持つ。

- ライデン　長所：スマートコントラクト（契約）を自由選択によって行える。つまり、 信用していない相手とコントラクトを実行するとき、その受け手は署名をしないことによりコントラクトの実行を拒むことができる。

- プラズマ　長所：withholding attack（プラズマブロックをわざと承認しないようにし、そのブロックに預けた資産（トークン）を引き出せないようにしたり、二重支払いのトランザクションなど不正なトランザクションを承認する攻撃 ）への防御機能を持つ。攻撃を受けた側は、資産をそのプラズマブロックチェーンからその親プラズマブロックチェーンに安全に移動させることができる。

  プラズマブロックチェーンは、ツリー状の階層構造になるよう接続されているため、親プラズマブロックチェーンに対し必要な情報だけを送るシステムを取る。仮に不正が起きた場合、スマートコントラクトが実行され、「Fraud proof」でその不正を証明することが可能となる。「Fraud proof」は、不正が起きたことを親プラズマブロックチェーンに対して証明する機能である。また withholding attack を受けた際、 資産をそのプラズマブロックチェーンからその親プラズマブロックチェーンに安全に移動させることができる。

2 つの共存は下記の方法にて行われる。
プラズマ上のインターフェイス層でライデンネットワークのチャネル内でのマイクロペイメント（自由選択、つまりは署名をしないかぎりコントラクトは成立しない）を実行。これにより、「10 ETH を一度に送るペイメント」

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

のではなく、「0.1ETH を 100 回送るペイメント」として実行できる。細かく分けることにより、自由選択の問題を分割。トランザクションのリスクを最小化する。

8. ビジネス協議会メンバー

本プロジェクトにおいては、「ブロックチェーンビジネス協議会」に対し、ブロックチェーン技術の将来的な応用についての検討や諮問を行う。協議会の主なメンバーは下記の通りである。

- 鈴木 宗男（元国務大臣 新党大地代表）
- 市川 眞一（クレディ・スイス証券チーフ・マーケット・ストラテジスト）
- 保成 久男（元大和證券株式会社常務取締役・現ジェイフロンティア株式会社 社外監査役）
- 村上 展章（友光・村上法律事務所 代表弁護士）
- 尾立 源幸（元財務大臣政務官・元参議院財政金融委員会委員長）
- 園田 康博（株式会社 ACD）
- 佐藤 貴夫（株式会社 ACD）
- 阿部 興一郎（クリプトスクエア株式会社代表取締役・元ゴールドマンサックス証券本社執行役員）

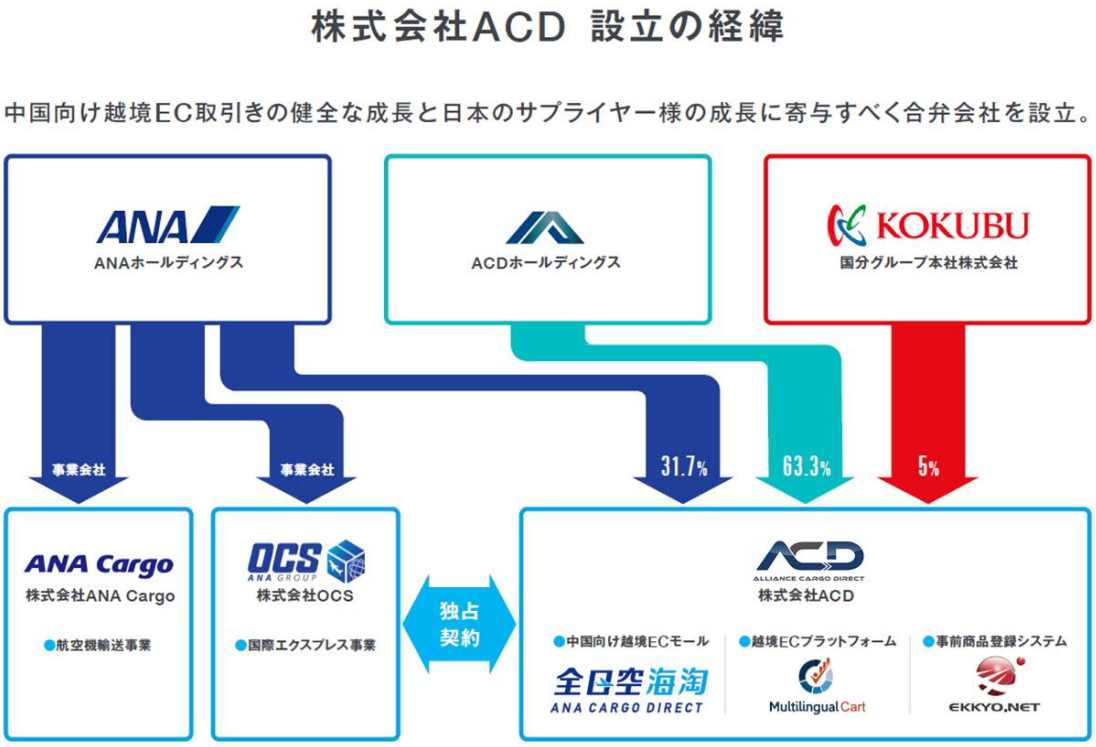
9. 株式会社 ACD と重要パートナー

本項では、インバウンド EC 事業を展開する株式会社 ACD について概要を示す。また、本サービスの日本国内の輸送を担う株式会社 OCS も紹介する。さらに、参考として現在、中国側での輸送を担っている OCS China の概要も加える。これはこの先、アジアを皮切りに界各国で事業を広めていくにあたり、現地で体制をどれほど確立していくのかを示すためでもある。

株式会社 ACD（ACD Inc.）

株式会社 ACD（東京本社 東京都江東区辰巳 3-9-27 東京スカイゲート 7 階 資本金 90,000,000 円（資本準備金 20,000,048 円））は 2016 年 3 月 1 日に設立された。 株主構成は、以下の図の通りである。

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

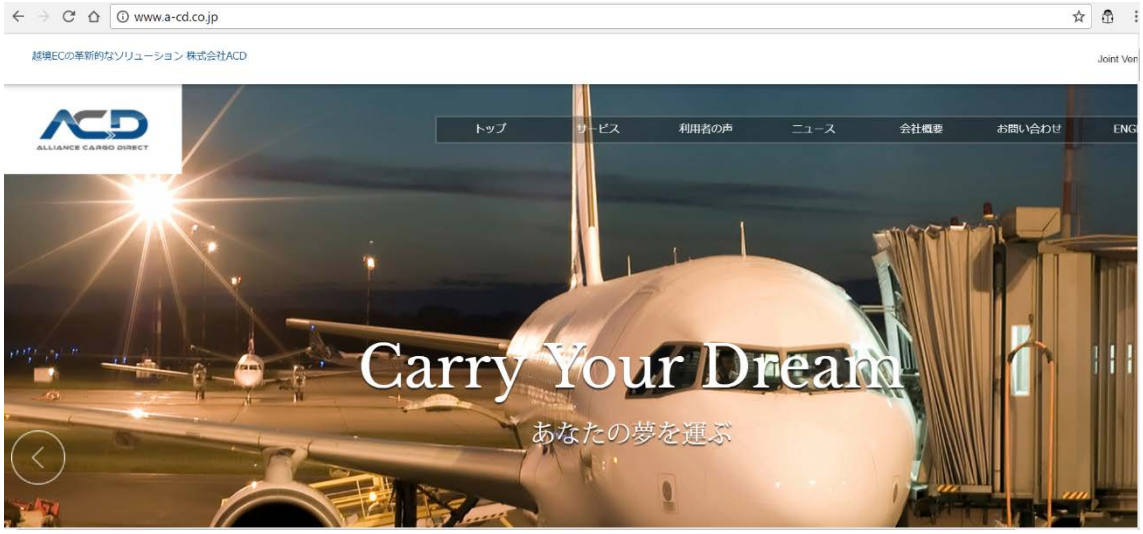


会社設立の目的は、インバウンド EC 取引の健全な成長と、日本のサプライヤー様の成長に寄与することであり、主な事業は、マルチリンガルカート事業、事前商品登録システム事業、国際宅配サービス事業である。

ACD は自社内に中国向けインバウンド EC モール「全日空海淘」、インバウンド EC プラットフォーム「Multilingual Cart」、国内特許申請済みの事前商品登録システム「EKKYO NET」の運営セクションを有する。

また ACD の事業における国際配送分野において、ANA グループ傘下の株式会社 OCS（国際エクスプレス事業）との間で国際輸送に関する排他的契約を締結している。

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.



公式サイト（http://a-cd.co.jp/）インバウンド EC の革新的なソリューションを標榜する

株式会社 OCS

「インバウンド EC」において、国際エクスプレス（輸送）事業の実務を担う株式会社 OCS（代表取締役福田哲郎、本社所在地 東京都江東区辰巳 3-9-27 東京スカイゲート/以下 OCS）は、1957 年（昭和 32 年） 9 月 1 日に資本金 100,000,000 円により設立された。 主要株主は ANA ホールディングス株式会社である。

同社は東京都江東区の本社のほか、国内に下記の事業所を有する。

[国内]セールスセンター ：東京 / 大阪 / 名古屋、ゲートウェイ：成田空港 / 関西空港、オペレーションセンター：東京（辰巳）。

同様に国外では世界 78 ヶ国、160 以上の拠点を有し、ANA グループの貨物事業の成長戦略の中軸を担う。主な内訳は下記のとおりである。
[国外]現地法人 8（香港 / 韓国 / ドイツ / フランス / アメリカ / メキシコ / シンガポール / インドネシア）
合弁会社 4（中国 / インド / アラブ首長国連邦（ドバイ） / バーレーン）。
そのほか、中国駐在員事務所、代理店など。

＜参考＞OCS China

本サービスにおいて中国国内での輸送ネットワーク、リソースを提供する OCS China(正式法人名 欧西愛司物流（上海）有限公司)は 2010 年 12 月 13 日、資本金 700 万 USD にて設立された。

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

株主は OCS 香港（70%）、上海美信投資公司（30%）である。従業員数は 1,161 名。

中国貨物業界における最初の外資合弁会社である。1980 年、「OCS シノトランス」社として設立されて以来、OCS China は中国の貨物業界で 35 年の実績を有する。

特に通関業では高い評価を得ており、2014 年には中国税関より最も品質の高い「五つ星」の通関業者として認められた。

また、国際エクスプレス（特急輸送）のライセンスに加え、中国国内の輸送ライセンスも取得した。2014 年に、外資系企業として初めて中国国内エクスプレス業者として認定された。これにより中国国内外での特急輸送の資格を得た。

10. さいごに

2018 年 2 月 15 日現在、本ホワイトペーパーにおいてトークンセールの技術的な内容や購入販売に関する言及は、最小限としている。これは関連法が随時変化していくなかで、繊細な表現の違いによる意思疎通の齟齬を防ぐためである。追って改訂版で該当内容を追加していく予定である。

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

補足資料

I.「全日空海淘」サービスの紹介

ACD は「インバウンド EC」をどう実現させてきたのか。
中国向けの EC「全日空海淘」の事例を用い、この点を説明していきたい。
この事例は ACD が今後行っていきたい「研究・充実・拡大」の対象を示すものである。これによってビジネスの信頼性・将来性を示す狙いもある。

既存のビジネスモデルとの違い

「全日空海淘」は、「日本に運営拠点を持つ、インバウンド EC サービス」である。日本国内のサーバーにより、商品をオンライン販売する EC サイトを運営。中国人消費者を呼び込む仕組みを構築し、バーチャルな訪日インバウンドを実現している。日本国内のサーバーゆえ、中国における商標問題などの影響を受けない。その一方で、関税では中国側の恩恵を受けられる。保税区と同等の減税を実現するものである。

既存の中国消費者向けの日本商品 EC サイトでは、下記のような流れが主であった。

【いわゆる「保税区モデル」】
1　日本から船便などで中国内の保税区へ商品を事前輸送。
2　ユーザーから中国 EC サイトへ注文が入る。
3　中国 EC サイトから保税区へ配送指示が入る。
4　商品が通関処理に入り、ユーザー宅へ配送される。

- 長所：　増値税・消費税を課されるが、「保税区」への直前輸送により 30%減税の優遇措置が受けられる。
- 短所：　原産地証明書や放射能検査合格証など通関証明書の提出が必要となる。在庫に対する保管費用が発生する。特に前者は 2019 年に中国側の規制が強化されると見込まれている。

【いわゆる「EMS による直送モデル」】
1　ユーザーから中国 EC サイトへ注文が入る。
2　中国 EC サイトから日本倉庫へ発送指示が入る。
3　日本倉庫から中国へ EMS により発送される。
4　税関で通関後ユーザー宅へ配送される

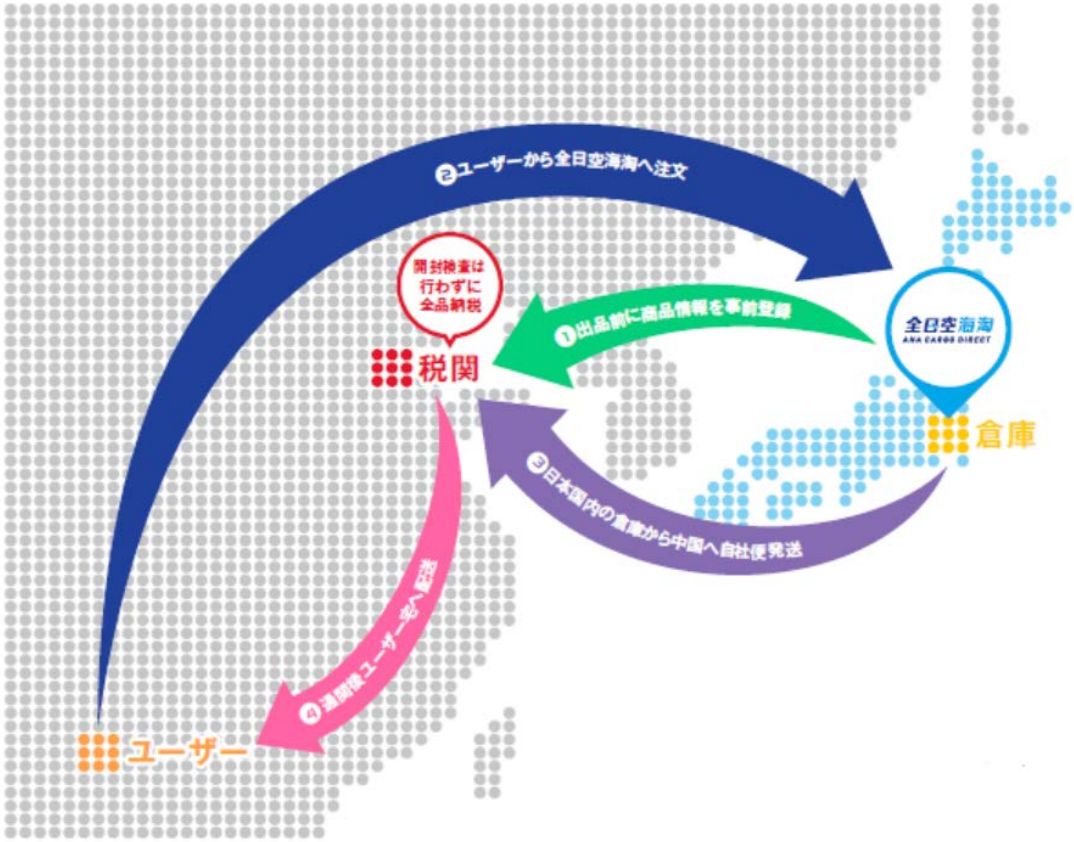
ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

- 長所： 個人間取引のツールのため、法人ではない個人でも簡易な発送が可能。
- 短所： 比較的高額な行郵税（15%・30%・60%）が適用される。また中国側税関の検査対象が不明確なため、輸送期間・税額などが不安定になる。中国人ユーザー（購入者）の納税額も曖昧になる。

一方、ACD のインバウンド EC サービスでは、これら問題点を克服し、日本側の EC サイト出品者、中国側消費者の便宜を図る。

【「全日空海淘」が実現した「独自型自社便による直送モデル」】

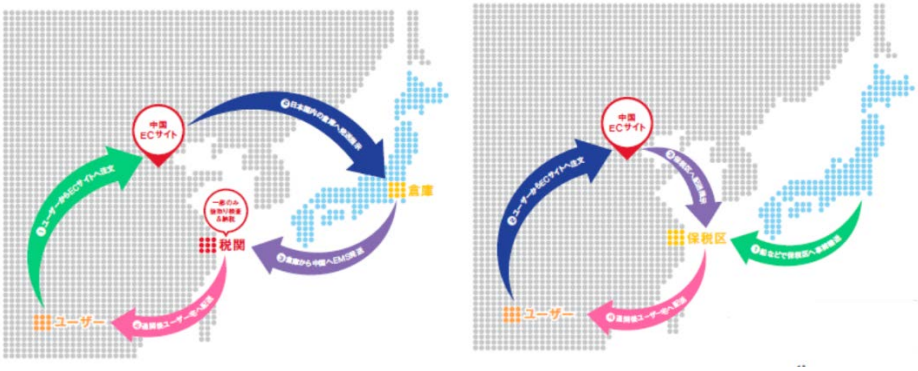
1 商品情報を日本から中国税関側へ事前登録。
2 中国ユーザーから、日本の EC サイト「全日空海淘」へ注文が入る。
3 日本国内の指定倉庫から、中国へ自社便で発送される
4 中国側税関でスムーズに通関され、中国の消費者宅へ速やかに配送される。



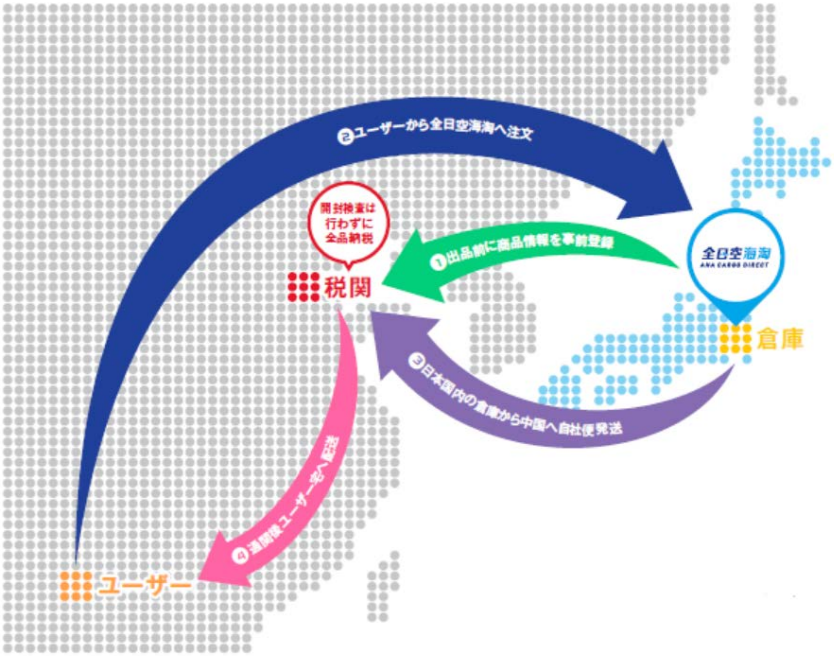
- 長所：
  - 全ての販売分が中国側で正しく納税される。
  - 中国側での増値税・消費税が 30%減税。

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

- 日本側から中国側に、輸送商品の事前登録を行うため、中国側へ提出する煩雑な証明書が少ない。



「既存」



「ACD」

既存ビジネス（上）とのイメージ比較。中国からの注文が簡略化されるうえに、日本からの出品・配送もシンプルになっている。

なぜこのモデルを実現し得たのか

上記の「独自型自社便による直送モデル」を実現し得た要素は複数存在する。なかでも特徴的なものが、「全日空海淘」が有する唯一の体制「EKKYO.NET」と「EDI 連携」や「EC 指定倉庫」という存在である。

「全日空海淘」での発注から発送までの流れの詳細に沿ってこれを説明する。

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

① 日本国内メーカーから日本国内の指定倉庫へ納品。
（在庫情報発信）
② 「全日空海淘」に商品を出品
（販売告知）
③ ユーザーからの商品発注
（注文情報発信）
④ ACD で受注、発注処理
（発注情報発信）
⑤ 指定倉庫から梱包発送
（陸上輸送）
⑥ OCS で輸出通関
（航空輸送）
⑦ 中国税関で輸入通関
（陸上輸送）
⑧ 中国のユーザー受け取り

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

「全日空海淘」が有する唯一の体制「EKKYO.NET」と「EDI」

「全日空海淘」では、出品希望者（企業）が商品を登録するところから輸送のフローが始まる。上記の図の始まる前の段階だ。この段階から、以降のフローすべてでより作業を迅速にするシステムが、ACD が国内特許取得済みのシステム「EKKYO.NET」だ。

日本側の商品出品者は、中国向けインバウンド EC サイト「全日空海淘」に実際に商品登録する際に、国際輸送のために必要な手続きを事前に行う。「事前に通関する商品を登録する」という考え方だ。手続きにより、中国への輸送時の合理化が実現する。

2016 年 4 月より中国で導入された新たな関税制度に対応した事前通関用商品登録システム「EKKYO.NET」は、ACD のみが有する中国税制度改革に対応した国内唯一のシステムだ。

これを支えるのが、現在、「全日空海淘」の輸送実務を担う OCS 社のみが有する「EDI(越境輸入商務、輸入統一版、電子化系統での連携)」である。北京税関・検疫所との独自の連携により、ステークホルダーの便宜を図る。

具体的な流れは下記のとおりである。EDI が効力を発揮する部分については太字で記した。

1	出品者（メーカーなど／日本）	商品登録申請
2	株式会社　ACD（日本）	**中国側への税関登録手配　商検検査手配**
3	株式会社　OCS（日本）	**商品情報のチェック●航空機搭載可否●検閲対象の有無●電池内蔵の有無**
4	株式会社　OCS China（中国）	**中国国内での税関登録申請　商検検査手配**
5	北京税関ならびに北京商検（同）	商品登録、HS コード付与、EC 減税適用ならびに商検検査

以上を終えた上で、日本国内の日本商品出品者の「全日空海淘」への商品掲載が行われる。

なお、日本側の出品者が、商品掲載のために必要な情報は下記のとおりである。

●メーカー名●商品 URL●JAN コード●商品名称●製造会社●原産国●生産地（都道府県）●規格・型番●内容量●包装●主な成分●用途●商品サイズ●商品重量●販売価格

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

EC 指定倉庫

商品が登録された後、出品者は日本国内の倉庫に出品商品を送る。この段階で「独自型自社便による直送モデル」の合理的な実現に効力を発揮するのが、「EC 指定倉庫（ACD 越境 EC Center）」の存在である。

具体的には①から②の段階で、株式会社 ACD が東京都板橋区に指定倉庫（ACD 越境 EC Center：1 日あたりの出荷処理可能件数 2,000 件～6,000 件）を確保している。
この場では ●インバウンド EC 受注処理●入庫・検品・引当●梱包●インボイス作成●OCS ラベル発行が行われる。

また⑤から⑥にかけての段階でも「保税倉庫」のスペースを確保する。ここでは、 ●インボイス情報入手●保税搬入●輸出通関●保税搬出の処置が行われる。ここを経て商品は成田空港もしくは羽田空港に陸路で輸送される。
これらにより、迅速なサービスが可能となる。特に出品者には商品を倉庫に発送し、日本国内で全ての手続きを終えられるという便宜がもたらされる。

ACD ではまた、このモデルを「日本完結型」とも定義している。「B(日本の出品企業)toC（中国の消費者）」の枠組みで考えれば、「B」は日本国内の手続きのみで必要な過程が終了するからである。

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

輸送システム特徴の再整理

以上が、中国の消費者に日本商品を販売する中国向けインバウンド EC「全日空海淘」の輸送システムの説明である。上記で記しきれなかった点を含め、この特徴を 5 点にまとめてみる。

1 **事前商品登録システムで日本から北京税関・商検局に登録可能**
原産地証明書や放射能検査合格書などの通関証明書が必要ない

2 **（中国消費者の）「全日空海淘」の商品購入には中国の身分証明書が必須**
不特定多数のユーザーには販売しないため、理不尽なクレームや不透明な流通による商品価値の棄損などが防げる

3 **EC 通関（B to C 直送）モデルのためインバウンド EC 減税が適用**
関税・行郵税・増値税・消費税のうち増値税（＋消費税）の 30%OFF 金額のみの課税

4 **すべての商品が日本から中国まで ANA グループによる一貫輸送**
受注後に ANA グループの国内倉庫から発送するため ANA グループが一貫してお届けする

5 **複数商品の同梱発送で 15,000 円以上の購入は国際送料無料**
同条件の EMS 配送（10,500 円）より、かなり安価になるため、まとめ買いユーザーを誘引可能

中国側の姿勢

中国側も「インバウンド EC」への積極的な歓迎姿勢を見せている。
2016 年 4 月 8 日より、政府財政部がインバウンド EC に関する税制度改革を発表した。新制度には、中国政府自身がインバウンド EC という今後大きな需要増加が見込まれるビジネスを推進し、海外商品を国内に流通させる仕組みを提供してゆく内容が盛り込まれた。

そのうちのひとつは、インターネット上にて「インバウンド EC 年間購入額の確認サービス」が開始された。これは氏名、身分証明書番号、検証コードを入力するのみで「年始からの購入額と年末までの購入可能額」がひと目で確認できるものである。 迅速な通関、的確な課税においてメリットがもたらされる。

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

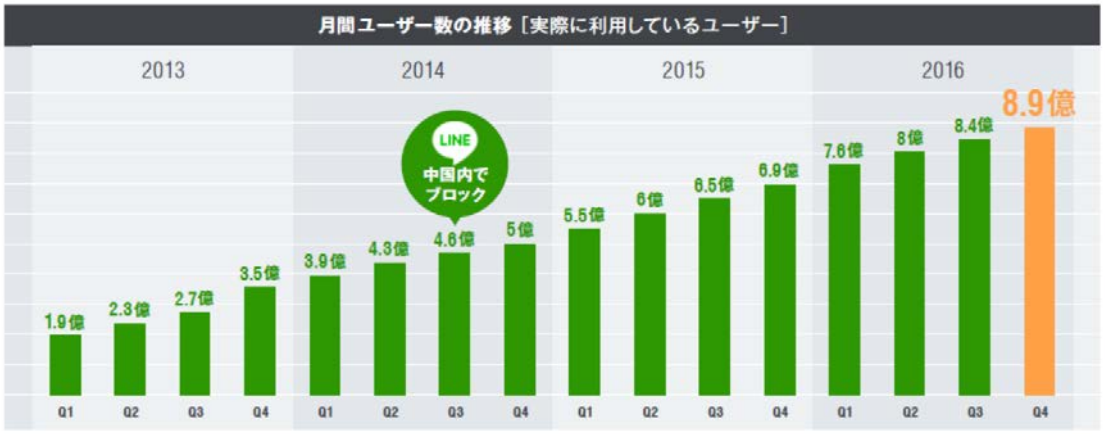
II.　「全日空海淘」のプロモーション概況

いくら優れたシステムを有していても、それがユーザーに知られなければ、EC コンテンツは活性化されない。この項では前項に続き、実際に進行している中国の事例を紹介する。インバウンド EC として、大規模な現地消費者の流入を確保する「全日空海淘」のプロモーションの取り組みを紹介する。

「Tencent 騰訊」との戦略的合意

ACD は、アジアナンバーワンの時価総額を誇る中国 IT 企業「Tencent 騰訊（以下 Tencent 社）」と 2017 年 2 月にインバウンド EC における資金決済と広告プログラムに関する戦略的提携をおこなっている。具体的には Tencent 社の展開する各コンテンツに ACD が展開するサービスと広告配信やプログラム連携が可能となっている。Tencent 社が中国内で展開するサービスは次の通りである。

- 中国最大のコミュニケーションアプリ『WeChat』。 チャット・通話・SNS・決済などの機能を持つ。利用者数 9 億人。
- 銀行口座を登録したスマートフォンで安全で簡単な支払いが行える決済サービス『WeChat Pay』。利用者 4 億人。「全日空海淘」に導入済み。
- 『騰訊 QQ』 利用者数 8.7 億人
- 『QQ 音乐』 利用者数 4 億人
- 『腾讯视频』 利用者数 1.5 億人
-



このうち、最大の利用者数を誇る「We Chat」については、データを活用し、消費者のニーズにあったピンポイントの広告発信が可能だ。

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

全世界 6 億人以上が利用する SNS「Weibo 微博」の活用

一方で「中国版 Twitter」とも言える、「Weibo 微博」でもプロモーションを展開予定だ。ユーザー6 億人、1 日の投稿数が 1.3 億件という高いアクティブ性を有する。広範囲な口コミ効果を活かした広告が可能となっている。

- アクティブユーザー数 1.2 億人/1 日
- 記事の投稿数 1.3 億件/1 日
- 平均滞在時間 60 分/1 日
- モバイルログイン 86%
- 企業アカウント 112 万

ACD はこれらの複数のアカウントを有効活用し、プロモーションを行う。

- KOL（Key Opinion Leader） フォロワー数 500 万～1000 万人規模。
  幅広い影響力を持つ Weibo 内の人気アカウント。Weibo Japan との提携により告知内容に最適な KOL を手配。

- ANA Weibo 内公式アカウント フォロワー数約 72 万人。ANA ホールディングスの公式 Weibo アカウント。72 万人のフォロワーに対して「全日空海淘」の告知をおこなっている。

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

KOL の具体的な活用法

なかでも幅広い影響力を持つ Weibo 内の人気アカウント KOL での取り組みには積極的である。具体的な活用法は下記の通り。

1. KOL（Key Opinion Leader）と呼ばれる Weibo 上の人気アカウントが本人の言葉でプロモーションを実施。
2. KOL の投稿した情報が数十万人のフォロワー（ファン）達のタイムラインに表示される。
3. 記事の内容を見て共感したフォロワー達が自分のフォロワーに記事を拡散。
4. 拡散の連鎖反応により結果的に KOL のフォロワー数以上の人々に情報が到達する可能性がある。
5. KOL からの情報を受け取ったユーザー達は、Weibo アカウントで「全日空海淘」にログインが可能。

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

著名"KOL"との提携

本サービスでは、著名ジャーナリストであり、KOLとしても名高い徐静波氏とのプロモーション協力の同意を得ている。徐氏は、中国浙江省出身。来日 21 年の在日中国人ジャーナリストである。
1997 年から連続 14 年、中国共産党全国代表大会、全国人民代表大会の取材を認められている。中国政治、経済動向に精通し特に中国の最新政治事情、流通業、製造業については講演、執筆も多く、中国の指導者や大手企業の会長、総経理なども交流が深い。外資系企業の中国戦略、地方の投資誘致などにも詳しく、日本における大手企業のアドバイザーとしても活躍する。

ウェブ上での影響力も強い。Weibo フォロワー32 万人、blog フォロワー45 万人、インターネットラジオ番組閲覧総数 1 億以上である。

オフラインでのプロモーション
「中国最大の子供向け室内遊技組織モーリーファンタジーと O2O 戦略的提携」

オンラインのみならず、オフラインでもプロモーション活動を行う。
12 歳以下の子供を持つ家族が、家族ぐるみで楽しめる、中国最大の子供向け室内遊戯施設モーリーファンタジー。 平均店舗面積 200 ㎡、平均来場組数 3000 組（休日）、平均客単価 1000 円（63 元）のデータを有する。中国内で 165 箇所のショッピングモールに出店しているため店頭設備を活かしたオフライン広告が可能である。

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

「全日空海淘」アプリ内でモーリーファンタジーをプッシュ。来店者が再度アプリを訪問するシステム構築を予定する。
モーリーファンタジー現場での広告掲出イメージは下記のとおりである。

図の通り、受付ブース、懸垂幕・横断幕の設置、PR ブースの設置のほか、来場者へのメルマガ配信を行う。
これらにより、①休日 6000 人×10 日=60000 人、②平日 600 人 × 20 日= 12000 人、①＋②×165 店舗＝1188 万人へのプロモーションが可能となる。

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

CA（キャビンアテンダント）の活用

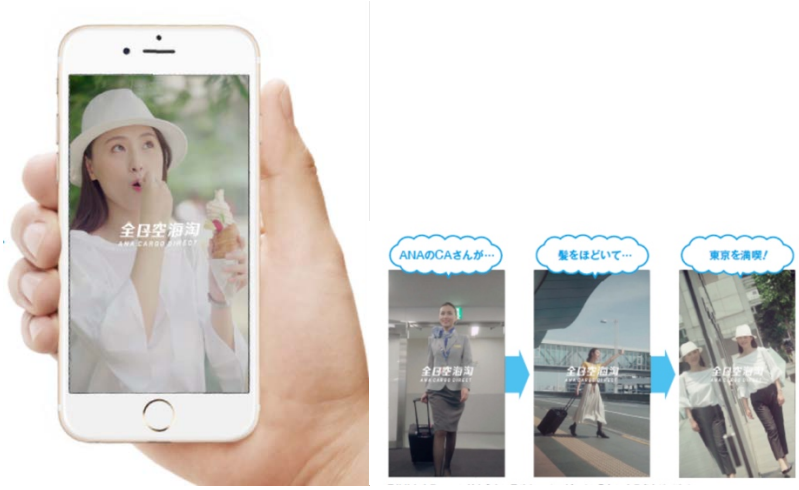
中国向けインバウンド EC アプリ「全日空海淘」は、ANA グループと包括的にアライアンスし、ACD が提供するサービスである。以下は、実際のサービスにおける CA を活用したアライアンスの一例である。

① アプリ内 TOP ページ、一番最初に目に入るエリアに実際の CA が登場する。

② Weibo や WeChat などに掲出される ANA 関連のキャンペーン告知との連動する。

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

③　アプリ起動画面に表示されるイメージムービーへの出演「中国人 CA がオフに日本を満喫する」コンセプトで日本のライフスタイルへの憧れを創出させサイトイメージの向上をはかっている。



④　Weibo 公式アカウントに掲出されるイメージムービーへの出演。

アプリ起動画面の素材を活用したムービーで日本のライフスタイルへの憧れを創出し、「全日空海淘」への流入を促す。

プロモーション戦略の再整理

以上のプロモーションプランを概念化すれば、下記の通りになる。

・　“店頭”への集客＝WeChat や Weibo への広告出稿。

店頭まで足を運んでもらうため店舗（「全日空海淘」）への来店促進プロモーションを様々なルートから実施する。

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.

・ “店頭での看板”＝ TOP ページバナー。

新商品や販促キャンペーンなど、店舗から来店客に対して最も伝えたい情報を TOP ページから発信する。

・ 商品ごとの専門販売員＝ロングページ。

商品ごとの特徴や強み、第三者からの評価など来店客の購入を促すための様々な商品情報を発信する。このページの内容充実がなければ、販売向上には結びつかないと考える。

ACD Inc. Whitepaper © 2018 ACD Inc. All Rights Reserved.