

BUPPAN!! Offline

@ Osaka Apr-2018

パネルディスカッション

Agenda

- パネルディスカッション第一部
 - Keynote トーク ~ ディスカッション
- パネルディスカッション第二部
- 交流会 w/ パネルディスカッション第三部

第一部: テーマ

時代の変革期に
”奇跡的に生まれたスキマ”

これからどうなる？

EC事業者の立ち回りは？

第一部：Keynote Talk

今回のテーマを選んだ理由：

時代への不安

Q. これからどうするべきか？

Q. これ、いつまで続けられるのか？

第一部：Keynote Talk

- 過去～現在、大局をつかむ
 - 今を理解する
- 流れにのる（流れを作る？）

第一部：Keynote Talk

ネット物販 3.0 ?

第一部：Keynote Talk

スキマ（市場のスキマ）

第一部：Keynote Talk

スキマ（市場のスキマ）

* 新しい市場：インターネット上の販路

第一部：Keynote Talk

スキマ（市場のスキマ）

* 新しい市場：インターネット上の販路

* インフラ：回線、クレカ、物流網

第一部：Keynote Talk

スキマ（市場のスキマ）

- * 新しい市場：インターネット上の販路
 - * インフラ：回線、クレカ、物流網
 - * 容易になった越境

第一部：Keynote Talk

スキマ（市場のスキマ）

- * 新しい市場：インターネット上の販路
- * インフラ：回線、クレカード、物流網
 - * 容易になった越境
 - * 情報の拡散

第一部：Keynote Talk

スキマ で生まれたビジネス
= インターネットでモノが売れる
(しかも、人脈、経験、組織、、、
ほぼゼロからスタートできる)

第一部：Keynote Talk

ネット物販 1.0 ~

転売モデルが発見される

(ブランド品並行輸入、ノーブランド品輸入、
せどり・国内転売)

売れるモノを探し、調達し、売れる場所に並べる。

第一部：Keynote Talk

ネット物販 2.0 ~

非ナショナルブランドも売れる時代

個人のメーカー化（or 代理店化）

（OEM/ODM, 代理権獲得ノウハウ）

第一部：Keynote Talk

スキマ（市場のスキマ）

新しい市場の誕生～拡大

ナショナルブランド品に迫る品質・

はるかに低い価格帯

（大手が参入しなかった領域）

第一部：Keynote Talk

ネット物販 3.0 ？

私達は、どこに行くのか？

第一部: テーマ

時代の変革期に
”奇跡的に生まれたスキマ”

これからどうなる？

EC事業者の立ち回りは？

第一部：パネラー紹介（敬称略）

- 田中謙伍 BUPPAN!! 顧問 (株)Groove 代表
- 大竹秀明 一般社団法人まじめに輸入ビジネスを研究する会 代表理事
- 山本智也 (株)ケースオクロック代表
- 萩原淳 BUPPAN!! ボードメンバー

& 会場の皆さん！

第一部：

時代の変革期 ”奇跡的に生まれたスキマ”

パネラーへの質問：

Q.

スキマ は どうなっていく？

第一部：

時代の変革期 ”奇跡的に生まれたスキマ”

パネラーへの質問：

Q.

スバリ、

今 狙い目なのは？

MC's material.
Stock of Key Questions.

Contents will be revised based on panel
speakers.

Stock... ..

第一部：

時代の変革期 “奇跡的に生まれたスキマ”

パネラーへの質問：

Q.

チャイナセラー台頭の本質。

なにが脅威なのか。

第一部：

時代の変革期 ”奇跡的に生まれたスキマ”

パネラーへの質問：

Q.

「私達は、どこでもドアを発明して商品化したり、iphone みたいな、世の中を変えるモノを開発する事はできない。そして、調達が容易な商品

(コモディティ化した商品) 市場には、メーカー直販の流れがある？

私達は どうやって立ち回るべきなのか？」

(※ 私達 = 小規模なEC事業者)

第一部：

時代の変革期 “奇跡的に生まれたスキマ”

パネラーへの質問：

Q. 何を以て、“競争優位性”を
確保しようとしている？

第一部：

時代の変革期 “奇跡的に生まれたスキマ”

パネラーへの質問：

Q.

変わるモノは何？

変わらないモノは何？

第一部：

時代の変革期 ”奇跡的に生まれたスキマ”

パネラーへの質問：

Q. EC生存戦略

私達は 何を積み上げていくべき？

今稼ぐこと、これから稼ぎ続ける事

必要な事は？

第一部：

時代の変革期 ”奇跡的に生まれたスキマ”

パネラーへの質問：

Q.もし、大事な親友が物販をはじめたいと言ったら
どんなアドバイスしますか？ 200万くらいの資金と
まあまあセンスはある前提で、大事な親友なので一
般論や無理な正論でなく本気のアドバイスとして。

テーマ：『 世界をつなぐ SO-DAIRI!! 』

○何故、今、総代理なのか？

○商品選定や契約のコツ

○SO-DAIRI!!な販売戦略

○この商品あなたならどう売る？大喜利

第二部：パネラー紹介（敬称略）

- 川下さん BUPPAN!! ボードメンバー
- 木田澄果さん
Makuakeで1000万越え 美人すぎる貿易家
- 大竹秀明 一般社団法人まじめに輸入ビジネス
を研究する会 代表理事
- 重富さん BUPPAN!! サポートメンバー
- 萩原淳 BUPPAN!! ボードメンバー

& 会場の皆さん！

『 世界をつなぐ SO-DAIRI!! 』

○何故、今、総代理なのか？

総代理 は、 契約の形態であって、
扱う商品や売り方のことをいっていない。

自社で作らない。他社（国内、海外を問わずに）
メーカーが作った、（一般的に）質が高い商品を
扱う（ことが多い）

『 世界をつなぐ SO-DAIRI!! 』

海外パートナービジネス と言い換えてみる、

(総代理権 をとる、という事は、メーカーの商品全部を日本チャネルでうる、という立場。必ずしも、“総代理” という形態が好ましいわけではない)

『 世界をつなぐ SO-DAIRI!! 』

ものづくり ・ 販売
を わけてパートナーシップを組める
→ このメリット

※ マクアケで売るものは、事実上の独占が必要。

『 世界をつなぐ SO-DAIRI!! 』

○商品選定や契約のコツ

Case of 重富さん（マクアケのユーザー像（のペルソナと（たまたま）ドンピシャ）

→ いいと思ったもの

→ 販売プランを描けるかどうか

『 世界をつなぐ SO-DAIRI!! 』

○商品選定や契約のコツ

Case of 重富さん（マクアケのユーザー像（のペルソナと（たまたま）ドンピシャ）

→ いいと思ったもの

→ 販売プランを描けるかどうか

『 世界をつなぐ SO-DAIRI!! 』

総代理 = マクアケ (クラファン) なのか？

マクアケ (日本で最大 (?) のクラファンのプラットフォーム)

クラファンは ボーナスとしてとらえる
(出せるなら出しとけ、的)

クラファンでうれるもの
≠ (= ? Case by case)

ECで売れるもの

『 世界をつなぐ SO-DAIRI!! 』

○商品選定や契約のコツ

Case of 萩原さん

ヒット商品 でなく、ロングセラー商品

自分が作れないレベルの商品

受け入れられる価格帯の商品

『 世界をつなぐ SO-DAIRI!! 』

○商品選定や契約のコツ

自分にあってるか、も大事だよ。と。

『 世界をつなぐ SO-DAIRI!! 』

○商品選定や契約のコツ

Case of 大竹さん

クラブファンは一過性（の物が多い）

その後どうなるかも調べておく

継続的に取り組める案件であるとベター。

即金商品（既に売れてるものの類似ひんとか）

と 独占商品（イマまでにないもの）

『 世界をつなぐ SO-DAIRI!! 』

○商品選定や契約のコツ

Case of 木田さん

商品より、メーカーをみて決めた

”マク映え”（マクアケ映え）する商品

デザインがいい商品

ヨーロッパのブランド感

早すぎるとダメ。二年くらいの時差がある。

『 世界をつなぐ SO-DAIRI!! 』

○商品選定や契約のコツ

マクアケの顧客 の属性

誰がやってるかも、大事だったりする？

(支援しようとしている人がいる)

良さそうか、どうか？ が大事

『 世界をつなぐ SO-DAIRI!! 』

最終的な落とし所、、、

プル型の（アマゾンや楽天）で検索されて買われる商品（※アマゾンや楽天は最終的に長期的に買われる場所）

奇跡的に、おもしろい、売れる（キーワードがある）モノもある。

『 世界をつなぐ SO-DAIRI!! 』

「キーワードがある」 (使われる検索キーワードが存在している)

例：“日本刀 ペーパーカッター” なんて検索する人はいない。

プル型 と プッシュ型

『 世界をつなぐ SO-DAIRI!! 』

契約のコツ：

Case of 重富

「すげーいいじゃん」 って言う。
勢い付けてやる。

ワンケースからやる。（刻む）とかもある。

『 世界をつなぐ SO-DAIRI!! 』

契約のコツ：

Case of 川下

好きでいてくれる人 と 付き合う

ライセンスの事を気をつけて。。。 (いつか切られちゃうかも、、、)

『 世界をつなぐ SO-DAIRI!! 』

契約のコツ：Case of 大竹さん

いかに有益なパートナーになれるか、提示する
(なるべく具体的に)

情熱がすごく大事。(褒めてほめて。。。)

『 世界をつなぐ SO-DAIRI!! 』

契約のコツ：Case of 木田さん

メーカーが自分の外部顧問を気に入らなかった事例。。。 （あなたに売ろうと思ったの、、、）

契約書の内容（不平等な内容かどうか、、、
チェックが必要） → 契約書にないものはない。

大竹さん：国際弁護士のセミナーに通っている

『 世界をつなぐ SO-DAIRI!! 』

準拠法 の話：

日本（が出来なければ第三国）の準拠法にするとい
いい

事例：バーバリーと三陽？ 商会のお話

『 世界をつなぐ SO-DAIRI!! 』

○SO-DAIRI!!な販売戦略

Case of 重富さん：知られていない商品を認知させる

『 世界をつなぐ SO-DAIRI!! 』

○SO-DAIRI!!な販売戦略

Case of 川下さん

基礎をちゃんとやる。派手な事はしないでもいい。
楽天、アマゾン、自社EC、アフィリエイト。

$PV \times CVR \times UnitPrice = Sales$

商材によって、どこを上げられるか、
考える。

○SO-DAIRI!!な販売戦略

Case of 萩原さん

基礎をちゃんとやる

プル型：キーワードがあり、検索で出せれば勝てる。

キーワードがない場合、プッシュ型（自分から出す）施策が必要になる。

事例：DWの時計（プッシュ型で認知させて、プル型で検索されるようにしちゃう）

○SO-DAIRI!!な販売戦略

Case of 萩原さん

”ロングセラー”を作る

プッシュ ～ プル型集客

プッシュ：自社で露出かける。人視させる

プル：検索結果でかち、検索されて買われるように

○SO-DAIRI!!な販売戦略

Case of 大竹さん

プレス、外部広告、などの外部からの流入を作る

@ マクアケ

○SO-DAIRI!!な販売戦略

Case of 木田さん

クラファンでのLPのづくりの際

模写：

系統が似ている商品

支援者が多い

出す時期をコントロール

『 世界をつなぐ SO-DAIRI!! 』

○SO-DAIRI!!な販売戦略

順番がある

基本をやる

広告費を使う

○SO-DAIRI!!な販売戦略

川下さんの事例：

楽天に Amazon # 1 をうたったら、ペナルティ
(外部のURLに連れてっちゃ規約違反)

楽天での検索やランキングからの流入を封じられても、売上20%しか減らなかった。(外から回遊してきて売れている事がわかった)

”ネット全体でうる” のが大事だよ。

『 世界をつなぐ SO-DAIRI!! 』

○この商品あなたならどう売る？大喜利

第三部：ネット物販 ここだけの話

パネラー紹介

- 山本さん
- 村瀬さん
- 島野さん
- 加島さん
- 原之園さん
- 小堀さん
- けんやさん
- けんごさん
- 重富さん
- 萩さん
- AJ

第三部：

ネット物販 ここだけの話

Q.

最近アツいトピック？

最先端の事例？

ここだけの話。。。。