

BUPPANウェビナー

～ 総代理×単品通販～

2018.10.10

自己紹介

- 加藤隆二郎(かとうりゅうじろう)
- 今年30歳になります
- 埼玉出身、現在：東京在住
- 2013年4月に起業 (現在、独立6年目です。)
- 法人2社、正社員3人
- Amazon、楽天、ヤフーで販売 = 販売比率(70 : 25 : 5)

物販ヒストリー 1

- 2013年4月 起業、単純転売を行う。
→月商50万 利益率25%
- 2014年2月 海外メーカー仕入れを始める。 独占販売権なし
→月商250万 利益率30%
- 2015年7月 独占販売商品を販売
→月商1,000万 利益50%

物販ヒストリー2

- 2015年11月 菊池さん、萩原さんの楽天攻略セミナー参加
→単品通販に注力する
- 2016年7月 単品通販が腑に落ちてくる
→月商2,000万 利益率70%
- 2018年7月
→月商4,000万 利益率70% (プライムデー効果もあり)

総代理ビジネスとは・・・

- ・ 海外のメーカーと日本の独占販売契約を結んで日本の販売代理店として日本で販売を行う。

—メーカーの全商品を契約

—メーカーの特定の商品を契約

—販路限定（ECのみ、実店舗卸しのみ）での契約

総代理ビジネスと中国輸入

- 単価

- 加藤：20,000円くらい

- 加藤の周り：10,000～15,000円くらい

- 中国輸入：？

- 利益率

- 加藤：70%くらい

- 加藤の周り：50～70%くらい

- 中国輸入：？

総代理ビジネスと中国輸入

- 製品の企画、試作、品質管理
 - 全部メーカーがやる
 - 多少のマイナーチェンジくらいなら口出しできることも
 - 完成品を売るので少し、販売の工夫は必要なことも
- メーカーとの信頼関係が大事
 - 下請けみたいになってしまうことも
 - 総代理契約を破棄されることも
 - 総代理契約を無視されることも

時代とともに変わりゆく総代理ビジネス

- ・ 今まで（今も）の主流

- BtoB

- 海外展示会リサーチ、日本の展示会出展

- ・ 最近のトレンドは

- クラウドファンディング

- 海外展示会、海外クラファンサイトリサーチ、その後の展開は？

- ・ 加藤のやり方は

- BtoC

- ネットリサーチ、単品通販（アマゾン、楽天、ヤフー）

加藤の単品実績 (2018/07)

- 取引開始：2015年
- ジャンル：アウトドア（カナダ）
- 売上：1,400万円（粗利70%）
- プライムデー：2,000万円（粗利45%）
- 単価（通常販売時）：19,800円

コンサルHさんの単品実績 # 1

- 取引開始：2017年
- ジャンル：文房具（アメリカ）
- 売上：800万円（粗利50%）
- 単価：4,980円

※現在、コンサルの募集はしておりません。

コンサルHさんの単品実績 # 2

- 取引開始：2015年
- ジャンル：アパレル（台湾）
- 売上：400万円（粗利75%）
- 単価：20,000～40,000円

※現在、コンサルの募集はしておりません。

コンサルKさんの単品実績 # 1

- 取引開始：2016年
- ジャンル：スポーツ用品（アメリカ）
- 売上：400万円（粗利50%）
- 単価：20,000～30,000円

※現在、コンサルの募集はしておりません。

コンサルKさんの単品実績 # 2

- 取引開始：2017年
- ジャンル：アウトドア用品（ドイツ）
- 売上：500万円（粗利70%）
- 単価：20,000～40,000円

※現在、コンサルの募集はしておりません。

総代理×単品通販の利点

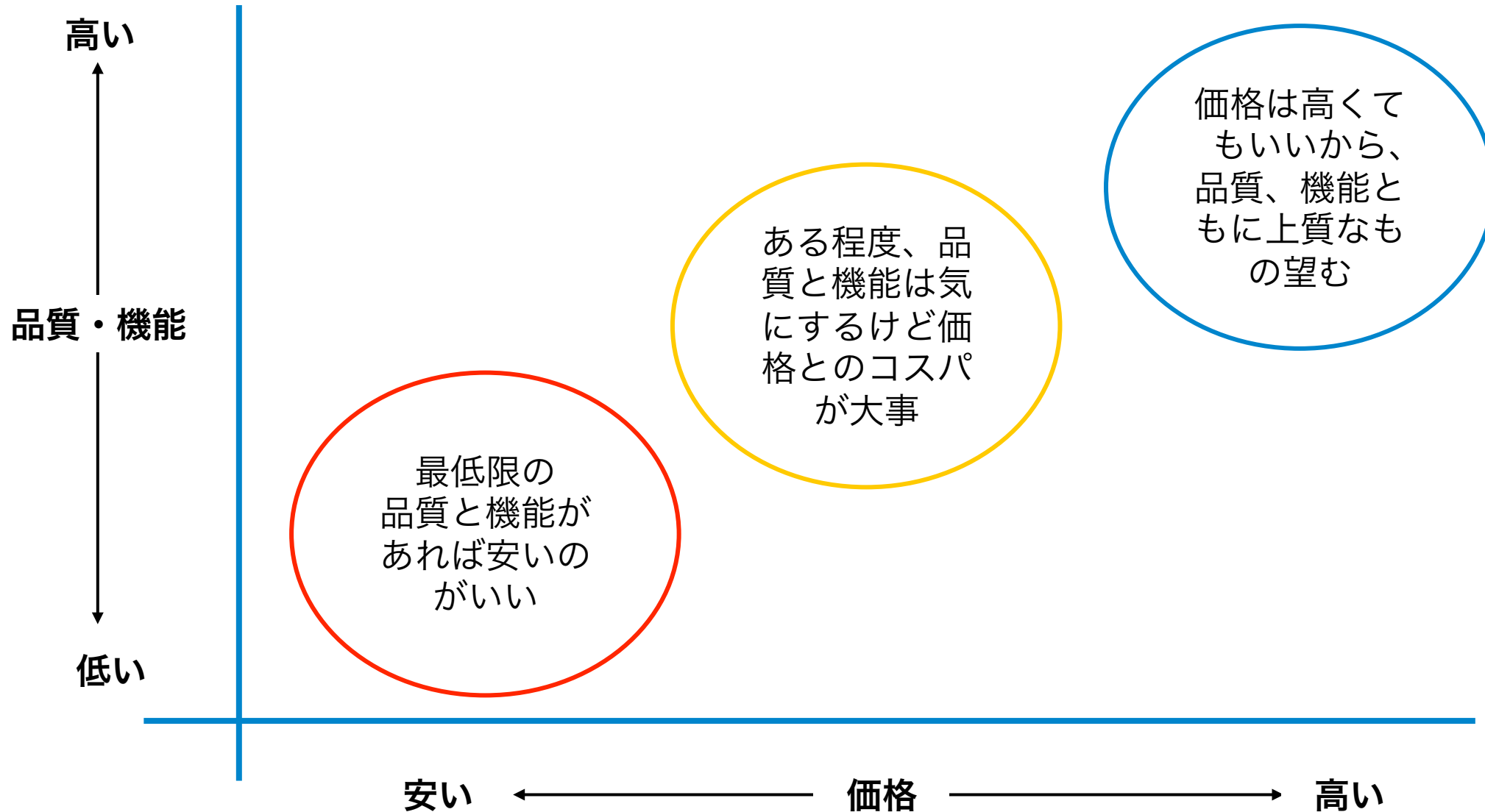
- 売上を事前に予測できる

- 市場規模の調査、ペルソナの具体化、競合他社の分析、切り口を考える
- おおよその月間売上（販売個数）が見えてくる
- 過去数年の市場の拡張・縮小を確認（Googleトレンド）

- ロングセラー商品を作れる

- 競合の現れにくいポジションを狙える

競合の現れにくいポジション



総代理×単品通販の利点

- お金を残しやすい
 - 資金繰りが楽
 - 高利益率
- 一度、立ち上げが完成すれば時間的自由もつくりやすい
 - 競合が現れにくいポジション
 - 単価が高いため、不良個数も少ない

20,000*500=1,000万円 不良率3%→15個

2,000*5,000=1,000万円 不良率3%→150個

総代理×単品通販の利点

- 新規商品の立上げがしやすい

- メーカーがすでに実績を持っていることが多い（受賞歴、メディア露出など）

- 利幅が多いので積極的な広告運用できる

- 最初から品質が安定している

軌道にのせるのに大事なこと

- 必要最低限の市場規模（キーワード）がある商品を選ぶ
 - ー自分が狙いたい売上から逆算
- 販売開始前に勝算があるか吟味する
 - ーペルソナの具体化
 - ー競合他社の分析
 - ー切り口を考える
 - ーおおよその月間売上（販売個数）が見えてくる

軌道にのせるのに大事なこと

- メーカー（商品）選び
 - 対等の目線で意見交換できる
 - 本当に品質の良い商品を持っている
 - 一般販売を開始している
 - 権威づけのネタが多い
 - 勝算のある切り口がつかれそう

よくある失敗例 & 注意点

- 販売戦略なしでとりあえず総代理をGET
- 勝算なしで参入
- 規模感の違いすぎるメーカーと契約
- 簡単にコピー商品を作られるような商品を選んでしまう
- 全く興味のもてない商品を選ぶ
- ボール球を振らない

総代理オフ会 開催決定！！

- 主催：BUPPAN!!コンサルタント重富さんと加藤
- 内容：飲み会
- 日時：2018/11/11 18:00～
- 場所：東京、品川エリア
- 定員：20人くらい？