

BUPPAN Webinar

2019/10

後発で、
誰でも発見できる、
売上規模が大きい、
商材による差別化しにくい市場、
かつ、
競合はバリバリの不正をフルスロットル
で活用している、
そんな激戦区で月商7000万円を作っ
ている岩井さんがやっている事

BUPPAN Webinar 2019年10月

目次

- ヒストリー
- OEM商品 はじめました期 ～月商700万円
 - ○○のツメがあまく、全て失うまで
- ロングインタビュー「激戦区への参入～以降の歩み。。。」
 - 商品立ち上げ 400回以上を経験（常に試行錯誤し、すぐに試す）
 - 商品自体での差別化がしづらい場合に、どんな勝ち筋（シナリオ）を描くのか？
 - etc.

ロングインタビュー...

激戦区？

- ・誰でも思いつく大きなカテゴリ

- 上位にはいれば ○千万円／月 の市場規模

- ・競合はガチの中華勢

- 何でもアリ で売上を作りに来る

現在のビジネス状況（直近の状況）

- ・最近の月商 7000万円
- ・取り扱い商品：自社ブランド商品
- ・取り扱い商品点数：200～

2011年～2015年【悪い時代】

・情報商材の会社（2011年）

- 365日ひたすらに働いた、金の亡者たち、クレーム返金が当たり前の毎日
- セミナーにくる情弱に30万の高額塾を売る罪悪感にまみれ自信喪失。

・2014年12月 逃亡

- プライベートでも色々あって逃亡。
- 所持金は6万円。友人に30万借りて起業。(ライターとしてやっていく)
- ここから、色々と、また詐欺にあったり、、、

焦りすぎて目先の利益に飛びつきまくる

通 知 書

私は別紙に記載している通り、平成26年1月17日より仕入れツアー代金・海外口座開設費用・エルメスの買い付け代金として数回にわたり代金を支払いました。

しかし、仕入れツアーの延期・口座開設の未設定・エルメスの買い付けがされていないため、再三にわたり代金の返金要求をしましたが未だ応じていただいております。

速やかに支払いました代金4,002,000円の全額返金を要求いたします。

平成27年7月30日までに応じていただけない場合は、詐欺事件として刑事的手段をとらせていただきます。

•

2014年12月～【物販スタート】

- 物販スタートするも、資金繰りが地獄。。。。
- 相乗り、無在庫、メルカリ、アカウント5回停止など基本はやり尽くす。
- 手当り次第、色んな人のコンサル受けたりしていた
- 2015年10月：ある人のコンサルを受ける
 - アカウントが5個同時に閉鎖した、
2015年10月頃、ある人のコンサルを受けて、大切な考え方を授かる
 - **ここから好転しはじめた。**

何故、うまくいかなかったか？

当時の自分：

- 目先の利益ばかりに目を奪われていた
- 同時に複数のビジネスを進めてしまい一つも形にならない
- 顧客無視（無在庫販売ばかりしていたためクレームの嵐）
- 見栄を張るために売上を上げたい！これしか頭になかった（あの人は1億稼いでるから、売上を1億にしないとみたくないな）
- 中国で仕入れた偽物USBメモリーカードを、512GBとして嘘を付きAmazonで大量に販売していた（レビューは1ばかり）

失敗しすると、二度と同じ目に遭いたくないと思うので、この逆をしないとダメなんだなと思った

2015年10月～【きっかけ】

↓ 当時していたメモ

"amazonで一番お客さんを喜ばすお店"
"月1万人から「ありがとう」が集まる"
"日本一のホスピタリティを目指そう"

- 「良い考え」で仕事をしよう
 - 価格以上の価値を提供する。
 - お客さんを喜ばせる仕事を。
- 2016年3月：初ローンチ（なんやかんや約5ヶ月準備）
 - デザイナーと1000枚の画像のやり取りをしていた。
 - 家電ランキング800位程度、月100万円くらい売れた。

激戦区への参入のメリット(後々気づいたこと)

- 販売スキルに自信がつく ※1商品目で上級者に
(仮に失敗しても、どの市場で再チャレンジしても勝てるという自信がつく)
- 「小手先のテクでは勝てない」
長期視点になる (ex: 専門店化、顧客満足度、理念など)
- 市場が大きいため横展開がスムーズ
 - 各種プラットフォーム、実店舗への卸など横展開が容易
 - You Tube、facebookなど外部広告が容易
 - 購入者からの紹介が行われやすい(口コミ)

1商品目から激戦区を選ぶと成長が早い

いわゆる超激戦市場は初心者が見ても
やりたいと思う人が少ないからこそ、
逆にチャンスなんじゃないかと思った



岩井 / iwai



さん こんにちは

12月26

超後発で激戦区に入ろうと思った経緯

11月にサンプルが届いた[redacted]のデザイン指示書をつくっています。

[redacted]って当たり前ですが需要が凄いですね。Amazon見て思ったのですが[redacted]って激戦区として有名過ぎるから逆にあまり多くの中国輸入プレイヤーが参入しようとも思わないんじゃないか？って事がきっかけで

「意外といけるんじゃないか」という思いが生まれてきています。

2017年8月～2018年1月【かなり順調だが、、】

- 1商品目から横展開。月商700万円になるが、、
- シリーズにして類似商品も「○○シリーズ」として横に展開する
- ひたすら「99円セール」をして安売り、超赤字を繰り返す。

- 商標侵害で全ASIN停止。 **ノーブランド**になる。
- **月商700万円→月商100万円**まで落ち込む。(600万ダウン)
- さらに、全ASINをリローンチ。キャッシュフローがより悪化していく。

一発逆転を狙いたい...!

• 更に、ワンランク上の激戦区を選ぶ

- 1日100個以上売れているページが乱立している市場だった
- 年内に月2万人に届ける目標にした（売上2000万円前後）

• 2017年2月:いざリリース!

あれ、おかしいな、、、。

全然売れなかった、、、。

・2017年2月に発売するも、売れずに失敗。。

原因を深掘りして、セット商品をつけてまたローンチする。。
パッケージ、商品名、画像も全て変更して徹底的に向き合う。

(※このタイミングでBUPPAN加入。ノウハウに衝撃を受けて全て吸収してアウトプットした)

ウェビナー見ながら実践してローンチした商品が、
激戦区でヒットして半年後に月商2000万円になる。

トントン拍子で売上が上がる


- その後は、月商4000万円くらいまで、
- 会社コンセプトもできあがってくる。

2018年10月にはじめての営業利益黒字達成

(約2年半はずっと赤字だったから、

10月に初ボーナスを払えたことで

今後もやっていける自信がついた)

ダウンロード	▼	ピボット	▼
<input type="checkbox"/>	日付	注文商品売上	
<input type="checkbox"/>	2017/12/01	¥18,664,820	
<input type="checkbox"/>	2018/01/01	¥20,575,108	
<input type="checkbox"/>	2018/02/01	¥21,910,656	
<input type="checkbox"/>	2018/03/01	¥29,478,648	
<input type="checkbox"/>	2018/04/01	¥24,591,327	
<input type="checkbox"/>	2018/05/01	¥28,125,002	
<input type="checkbox"/>	2018/06/01	¥32,072,935	
<input type="checkbox"/>	2018/07/01	¥35,600,038	
<input type="checkbox"/>	2018/08/01	¥37,802,393	
<input type="checkbox"/>	2018/09/01	¥44,651,018	
<input type="checkbox"/>	2018/10/01	¥41,895,999	

2019年9月：月商7000万前後

(市場規模が大きいと新商品をリサーチする必要がなくなる)

売上ダッシュボード [詳細はこちら](#)

日付 自由選択 2019/09/09 - 2019/10/10	出荷経路 Amazonおよび出品者	適用
---------------------------------------	----------------------	----

売上スナップショット 2019年10月10日 11:16:33:JST 現在

注文品目数	注文商品数	注文商品の売上	品目あたりの平均商品数
53,253	56,438	¥61,856,202	1.06

- 利益率35%
- 粗利2450万
- Ama9.5割/ 他0.5割

2017年08月 ~ 2019年09月

日付	売上合計値 (前年比)	注文数		
		注文数合計	注文点数合計	注文者数合計
2019/09	6,354,009 (98,055.7%)	6,132	6,828	6,073

✓ 9月1日~28日の累計売上 ⓘ

6,125,210 円

顧客満足を追求して起こったこと

- 情報商材時代とは180度異なって、人間関係・金銭トラブルが一切なくなった。
- お客さんから大量のお菓子、直筆の手紙、ポストカード、めちゃくちゃ長文のレビューが届くようになった。プラスのエネルギーが全体に循環している感じ。
- 開始1年でLINE@の登録者4万人弱 (新商品ローンチがスムーズ)
- 銀行交渉が容易 (ノウハウとビジョンの両輪をバランス良く)
- 優秀な人と仕事ができる (興味を惹きつけられるようになる)
- 口コミで勝手に広がっていく (リピーター増加)

(誰かに必要とされるから) ずっと続けようと思える。

具体的に行ったこと1：高レビューでの差別化

(“4.3以上”のレビューのこと)



・女性店長による直接サポート

(店長がメディアに出て有名になればなるほどサポートの価値が上がり感動指数が上がる)

・とんでもない保証、ありえない顧客ファーストのサポート

「自分たちが損して相手が喜ぶことは何か？」を問う。答えは“価値あるもの”になるから。お客さんが喜ぶための赤字はいとわない。結果的に、全て返ってくるから安心していこう。

・手書きの手紙（2種類）、同梱物チラシ、おまけ、その他・ 考えられること全てやる。日々アップデートを繰り返す。

・何のためにこれらやるか？その理由のほうが重要

具体的にやったこと2：SEOは一気に、激しく。

- シンプルに、力技でぶん回す。
 - 価格を安くする以外に何もやってない。(～2019年6月)
- 1ページ目2列目以内に入るまで何度だってリローンチ。
 - 1回目でうまくいくとは限らない。(運の要素もある)
 - うまくいくまでやり直す。(一番売れてる商品は4回やり直して成功)
- みんな怖がって中途半端。だから勝てる。

落としたい相手には何度だってアタック。

具体的に行ったこと3：商品ページは120%作り込む

- ・ 指示書には100時間かけるのを目標に

エクセルで画像を貼り付け、テキストを入れて、「この通りの画像があれば絶対に売れる」と確信できる【完璧な指示書】を作ることが前提。(※ 時間さえかければ誰でもできる ※)

- ・ デザイナーとは、毎日喧嘩。徹底的に殴り合う。

- ・ とにかく何度も修正して、7枚の画像のために1000枚修正してやり取り。

- ・ この殴り合いが後の財産になる。絶大な信頼を置くパートナーになる。

- ・ 呆れられるほどこだわる。今後の財産になる。

Q. なぜ、このビジネスを やらなければいけないのか？

(自分がやらなきゃいけない理由は、本当は何なのか？)

これを苦しみながらずっと考えておく。

ただゴミを転売しただって価値はゼロ。

何故、それをしなければいけないのか？

その答えが商品の付加価値になっていく

【意識してる3つのこと】

・ 1 なんでもその仕事してるの？に答えられるようにする

その答えを応援したいと思えるものに設計する。（何度も言ってるうちに本当にやるべき事なんだと思えるようになってくる）例：思いやりある社会を作るため、心温まる商品を〇〇万人に届ける。

・ 2 売上は結果論（目指すものではない） ※だってお客さんは求めてないから

人の心をプラスに動かした結果としての数字や、提供したい価値の人数などを目標にする

例：毎月10万人の心をあつためる（その結果、月1億円くらいになるのかな？という結果論）

・ 3 物販ビジネスからアーティスト活動

売上からの逆算でマーケティングプランを立てるのも大事だが、**どういった世界を作りたいから◎◎**

をする、というアーティスト的な考えが求められる（結果、差別化になり応援される）

人の心を動かすことを念頭に置く。例：恋人にプレゼントするように同梱物をつくる。

お客さん：

できるだけ安く、良いものほしい

 **BAD** 

販売者：

できるだけ高く売って、儲けたい

お客さん：

できるだけ安く、良いものほしい

♡LOVE♡

販売者：

自分たちが損することで、

相手が喜ぶことをしよう

(でも、、、これが結果的に多くの人に選ばれる → 儲かってしまう)