

# BUPPAN Webinar

## 2020/04

※ 録画版をお届けしています。

ボードメンバー 萩原 はじめて語る ～

実力者達 ”それぞれに違う強み”

と ”全員に共通する一つのコト”

と銘打った対談<sub>(笑)</sub>

補足

2020.03 小堀さんウェビナー

# 補足：小堀さん【重要ウェビナー】2020.03

- 小堀さんのやっている”ニッチ”をあえて言語して定義してみる

1) 色んな意味で息の長い商品ジャンル

2) カテゴリのトップレベルで考えると市場規模が大きいけど、その中でその商品の特徴や用途、ニーズ、ウォンツで市場を細分化(セグメントに分ける)してみると、それほど大きくない(例:スマホケース の中の 防水ケース) ← とはいえ、小規模事業者がやっていくには十分な領域

3) 特徴2(市場規模)ゆえに、大手がそこに集中して参入まではしてこない

4) 競合する他社商品が品質的に微妙なのが多く、こんなのあったら欲しいというモノが検索上位に登場しない

※ ニッチ Niche 英単語。原義は なにかに適したところ、という意味。  
日本語化してますが、日本語では、 いい感じに空いてるスキマ、みたいな意味で使われてます。

# 補足：小堀さん【重要ウェビナー】2020.03

- 小堀さんのやっている”ニッチ”をあえて言語して定義してみる

5) 中国でマス生産される既製品の品質が低い(不良率が高い)

6) 特徴5ではあるが、手間暇かけて不良を弾くことはできる

7) 既製品のマイナーチェンジをしてオリジナル商品化など、ちょっとした一工夫を行うコストがそれほど大きくない

8) 実用性 < 趣味性

※ ニッチ Niche 英単語。原義は なにかに適したところ、という意味。  
日本語化してますが、日本語では、いい感じに空いてるスキマ、みたいな意味で使われています。

# 超訳：小堀さん重要ウェビナー 2020.03

- やってる事
  - 徹底した検品・細部まで品質にこだわる
  - 迅速な顧客対応
  - 商品種類をむやみに増やさない
  - 流行りに乗らない
  - ビジネス規模を適正に維持
- 得ているモノ
  - 数年単位で商品の販売継続
  - 売価高、利益率高
  - レビュー高評価
  - 手元に現金が着実に残る
  - 不良在庫がない

※ 超訳=そんなにまとめちゃうんかい！？ というくらいまとめちゃいます。詳しくは、本編をみてくださいね。

(改めて)

ボードメンバー 萩原 はじめて語る ～

実力者達 ”それぞれに違う強み”

と ”全員に共通する一つのコト”

と銘打った対談<sub>(笑)</sub>

みんなが  
うまく行っている理由  
を考えてみる

超訳w やって見た

# 超訳：岩井さんウェビナー 2019.11

- やってる事
  - おもてなし を軸とした一貫性のあるビジネスづくり
    - とんでもない保証
    - ありえない顧客サポート
    - 組織運営にも活かされている
- 徹底的にやる、呆れるほどこだわる
  - SEO攻略
  - ページ作り
- 自分たちが損することで、相手が喜ぶことをしよう
  - 得ているモノ
    - 競争性マックスなカテゴリでの上位維持
    - モチベーションの高いチーム

# 超訳：猪狩さんウェビナー 2019.02

- やってる事

- いいプロダクトを作る
  - 日本の素材の採用
  - ブランドストーリー / ネーミングを大切にする
  - 箱や説明書 → 素人っぽさが出る部分
- 低価格で勝負しない
  - 中国人セラーと同じ土俵に立たない
  - 素材や付属品の原価を上げる → 1,000円原価を上げるにより売価の5,000円up
  - 高利益率により大胆な広告戦略や次の商品開発 → ROAS 2000%
  - 付属品でブランド化
- クリエイティブを頑張る
  - ロゴ/写真/映像/LPに投資する( = 資産扱い)
  - 「デザイン」を理解できる人をチームに採用する

- 得ているモノ

- 運用年数と共に高まるブランド力
- ファン化 → 口コミ & リピート率の向上
- レビュー4.5以上
- 短期間品切れしても問題ない競争力
- 勝手に増えていくオーガニック記事

# 超訳：枝川さんウェビナー 2020.01

- やってる事
  - 楽天市場のニッチ(市場規模がある。競合は弱い)を見つけ、OEM不要な既製品の販売
  - シンプルながら、多くの人気づかないビジネスモデル
    - アマゾンリサーチ、アリババ仕入れ、楽天販売
  - 競合よりも強い販売力
    - 要点をおさえたモデリング
- 得ているモノ
  - リスク低く、MOQもない、小回りの効く仕入れ、資金効率もよい、それでいて、高単価高利益率

で、メンテーマ  
みんなが  
うまく行っている理由  
を考えてみる

補足

2020.03 小堀さんウェビナー

どっかで聞いた事ある話かも知んですが、

## Be - Do - Have

- Be (普段、敢えて、あまり話さない)
- Do やってる事
- Have 得ているモノ

どっかで聞いた事ある話かも知れませんが、

## Be - Do - Have

- Be どう在るか
- Do やってる事
  - ※ ここも、普段、敢えて、あまり話さない
- Have 得ているモノ

どっかで聞いた事ある話かもですが、

## Be - Do - Have

- Be どう在るか
- Do やってる事
- 与えている影響 ← 得るより多く与える

複利：目に見えないモノ・数値化できないモノを得ていく。(スキル、信用、経験、人間関係、etc.)

- Have 得ているモノ

短期的なインパクト・長期的な影響

効率 – Efficiency・効果 – Effectiveness

目に見えるモノ・目に見えないモノ

わかり易いモノ・分かりづらいモノ

真似しやすいモノ・真似しづらいモノ