

BUPPAN

# 実録

総代理 × 単品通販

個別セッションカルテ：上野さん

# レビュー&フィードバックの日: 191018

レビュー&フィードバックの後出た、次の課題について書く。

1. この日出た課題の ✕ 切日 : 11月1日
2. アクションアイテムの内容 と ゴール (何がどうなる、状況を目指す? アクションアイテムとゴールは対です) 。

AI：チャイルドシートのヨーロッパメーカーを探す

GOAL：ヨーロッパのメーカーで代理店契約に前向きな企業とメールのやり取りができる状態になり、

商品についての詳細な情報をヒアリングしている状態にする

地域：

- ・ドイツ
- ・その他ヨーロッパ
- ・北欧

販路：

- ・AmazonとAmazon外

AI:まぐらのメーカーを探す

GOAL:ヨーロッパのメーカーで代理店契約に前向きな企業とメールのやり取りができる状態になり、

商品についての詳細な情報をヒアリングしている状態にする

地域：

- ・ ドイツ
- ・ その他ヨーロッパ
- ・ 北欧

販路：

- ・ AmazonとAmazon外

AI:その他のニッチ市場（商品）をリサーチする

GOAL:下記の条件を満たす市場（商品）3商品追加でリストアップし、仕入れ候補のメーカーに対して、

コンタクトのメールを送っている状態にする

- ・ 月商300万程度
- ・ 中～小カテゴリ
- ・ 品質、デザイン、機能で差別化
- ・ 単価2~3万

BUPPAN

# 実録

総代理 × 単品通販

Session #2: 6-Nov-2019

# レビュー&フィードバックの日: 191106

- 今日の時点での状態（ざっくり書いておいて。今、何がどこまで進んでる？ 加藤さんに聞きたい事は何？ などなど。。。）
- pillow（枕）については、US、EU圏、カナダでメーカー15社をリストアップして、メールを送信している状態
- チャイルドシートについては、US、EU圏 メーカー7社にメール送信。
- その他ニッチ商品のリサーチとして、コット、ジャングルジム、鉄棒、サイクルローラー、ジューサーをリストアップ。
- コットについてはメーカー5社をリストアップしてメール。UK1社返信あり。33.29ユーロ/個 3000個 中国から。
- 加藤さんに確認したいこととしては、
- 今回追加した商品についてのご意見をいただきたいです。
- 深掘りすべき商品と内容の確認をお願いしたいです。
- コットへの返信と方向性について確認したいです。

# レビュー&フィードバックの日: 191106

- 着手日: 11/06      ✕ 切日: 11/19

## - アクションアイテムの内容

- cotレビューを全て読み、売れている理由を明確にする
- その他のcotメーカーを再度リストアップしてメールでコンタクトをとる
- 固定ローラー、ジューサーのメーカーを探してメールでコンタクトをとる
- その他のジャンルの商品リサーチ

## - ゴール（何がどうなる、状況を目指す？）

- cotの売れている理由から理想の販売切り口を設定する。販売切り口から、メーカーへのヒアリングを行う。理想的な販売切り口のメーカーの白黒をつける。
- 多ジャンルの商品をリサーチし、明確な販売切り口の想定できる商品が明らかになる。

# レビュー&フィードバックの日: 191106

- 今回の個別コンサルティングで、気づいたコト、修正が必要だと感じたコト、なるほど と思ったコト、ひらめいたコト、などなど
  - リサーチしている商品の市場規模、ニッチ具合については現状のままで良さそう。
  - 今後はランキングやカテゴリからだけでなく、有力なセラーが扱っている商品からも派生させてリサーチの幅を広げていく
  - 市場規模を満たして、気になった商品から、レビューを読み込み、売れている理由を明確にしつつ、理想的な販売切り口も想定していく。理想的な販売切り口を軸にして、メーカーに質問を投げ、確認していく。
  - メーカーからのメールの返信率は非常に低いので、メーカー問い合わせへのメールだけでなく、電話でのコンタクト、カスタマーサービスへのアプローチも試して見る。

BUPPAN

# 実録

総代理 × 単品通販

Session #3: 20-Nov-2019

# レビュー&フィードバックの日: 191120

- 今日の時点での状態（ざっくり書いておいて。今、何がどこまで進んでる？ 加藤さんに聞きたい事は何？ などなど。。。）
- 枕の仕入れ先についての確認と販売切り口のイメージについて
- コットについての販売切り口についてご意見
- アウトドアチェアの市場についてのご意見

# レビュー&フィードバックの日: 191120

- 着手日: 11/20      ✕ 切日: 12/04

## - アクションアイテムの内容

- 枕のベンチマーク商品をピックアップ
- 枕のメーカーに切り口について確認する
- コットのメーカーにメールで切り口を確認する
- 引き続き商品をリサーチする

## - ゴール（何がどうなる、状況を目指す？）

- 枕のベンチマーク商品の売れている理由が明確になっている
- 枕のメーカーの強み特徴を複数確認できている
- コットのメーカーに特徴が複数確認できている
- 1点以上のニッチ商品でメーカーにメールを出している

# レビュー&フィードバックの日: 191120

- 今回の個別コンサルティングで、気づいたコト、修正が必要だと感じたコト、なるほど と思ったコト、ひらめいたコト、などなど
- 同一ジャンルの中でも、具体的に扱おうとしている商品の類似品、同系統商品の売れている理由を明確にする
- 売れている理由を明確にする段階で、商品ページの構成をイメージしながら、何を1番の切り口にするのかを検討しながら進める
- 初期のリサーチの段階で、市場規模があればすぐにメーカーを見て、気軽にメールを投げてコンタクトを取っていく。
- 途中で不要になったメーカーは、連絡しなくてもいいので、取り敢えずメールして感触を掴んでいく。
- メーカーへのヒアリングは1度にトピック2件までにする
- メーカーへのヒアリングで枕詞として、プロモーションのためと前提を説明して聞く
- 早い段階で、「独占販売」について確認する

BUPPAN

# 実録

総代理 × 単品通販

Session #4: 05-Dec-2019

# レビュー&フィードバックの日: 191205

- 全体の進捗
  - 「枕」のメーカー商品の情報と市場の情報まとめ
  - 「Cot」のメーカー商品の情報と市場の情報まとめ
  - 「バランスチェア」市場の状況

# レビュー&フィードバックの日: 191205

## → 枕

### ◆メーカー

- 2社交渉中
- 2社とも波形タイプで、窪みのないタイプ。
- 1社=卸価格を確認中 1社=日本の取り扱い状況を確認して返信なし
- 商品の特徴（フランス）
  - ヨーロッパ製・フランスで売れている（フランスアマゾンで2位）
  - ヨーロッパの検査基準を満たしている
  - 竹由来の素材を使用していて、通気性、消臭効果をウリにしている
- 商品懸念点
  - カバーが臭いというレビューが多い（商品説明中で、使用前に40°Cのお湯で洗うように記載）

## → 枕

### ◆ 枕購入者の枕を選ぶ理由

- 肩こり・いびきのお悩み解決で枕の形を選ぶ
- 寝心地、寝返りのしやすさで枕の形を選ぶ
- 枕の高さ・硬さで自分にあったものを探している

### ◆ 今回メーカーの低反発系枕で高め（7000~10000）で売られている枕は、テンピュールとブルーブラッド枕だけ

#### ● テンピュール

- 月商90万弱
- 実店舗で使用して、ネットで購入する指名買いとリピート購入が多い

#### ● ブルーブラッド

- 月商1200万
- ショップチャンネルから流れてきている可能性が高い。
- 高さ、形が選べる・弾力があって、寝返りがしやすい。悩み別に枕の種類がある。ストレートは横向き寝の人に好まれている

#### ● その他の低反発3000円前後の商品

- 低反発枕でテンピュールと比較して安くて購入しやすい
- 柔らかい、フィットする
- 窪み系と違って寝返りがしやすい
- 高さがちょうど良い

#### ● 1万円弱の価格帯で売るには、エビデンスが弱いと思われる

## → Cot

### ◆ メーカー

- 1 社交渉中
- 卸値 33.9ユーロ/3000個/年 中国から発送
- ドイツ/UKで販売 UKメーカー/登山用品が中心のメーカー

### ◆ 商品の特徴

- ローコット/ドイツのローコットでは2番目に売れている
- 耐荷重120Kg/商品重量1.8Kg（コンパクト収納）/軽量アルミニウム使用/ポリエステル生地/組み立て式
- サイズ190 x 67 x 16 cm / 収納サイズ 56 x 15cm/脚の本数 3箇所
- 軽くて、コンパクトに収納出来て、組み立てもしやすいと評価されている
- コンセプトはヘリノックスのローコット

### ◆ 懸念

- 説明が商品の布の裏に書かれているので、見にくい（説明書は別で準備する必要がある）
- 耐久性がよくないという声もあった。90Kgを超えてくると商品が耐えれないということもある。
- 大きい人が乗ると小さく、布が床に付きそうになる。85Kgで足が折れた。
- 高温地帯では足が柔らかくなり、曲がってしまう。

## → Cot

### ◆ 日本市場

#### ● コットの種類

##### ○ ローコットとハイコット

◆ ローコット：テント内のベット、軽量、安定感。ソロキャンプ、ツーリング向き。

◆ ハイコット：アウトドア、重量、ベンチとしても使用可。高さ調節できるものもある。重い

#### ● コット選びのポイント

○商品重量 市場の最軽量は1.3Kg / 一位の商品は2.3Kg 1.3~2.9Kgの幅

○設置方法 組み立て式（はめ込み）コンパクトになる・収束式（展開）簡単に設置

○耐荷重 一般的には80Kg程度とされている Amazonでは120~200Kgを謳っている 1位は120Kg

○素材 布ポリエステル/骨組み軽量アルミニウム

○寝心地 脚とシート/ 脚の本数 3~5箇所（1位は4箇所）ヘリノックスは3箇所/ 幅 60~72cm（1位は72cm）一般的には60cmが多い 幅が狭いとサイドフレームにあたり寝心地が悪くなる 広めの方が寝心地が良い 幅が広くてマイナスもあり

○その他

◆色によっては汚れが目立つ

◆見た目のおしゃれさ

◆軽くて脚が壊れなさそうなこの製品

## → Cot

### ◆ メーカー商品(ALPIDEX) の優位性

#### ● 対 1位DODに対して

- 軽さ : DOD 2.3kg vs ALPIDEX 1.8kg よりコンパクトに収納
- 幅 : DOD 72cm vs ALPIDEX 67cm 広すぎないこと
- マイナス
  - ◆ ショックコード有無
  - ◆ カラバリおしゃれさ
  - ◆ 脚の本数 4本 vs 3本

#### ● 対 最軽量の商品DESERT WALKERに対して

- 幅 : DESERT 60cm vs ALPIDEX 67cm 60cmでは腕が外に出て鬱血するというレビューもあり
- 組み立てやすさ : DESERT 組み立て方がわかりにくい
- マイナス
  - ◆ 重量 1.3kg vs 1.8kg
  - ◆ 耐荷重 200kg vs 120kg
  - ◆ ショックコード有無
  - ◆ カラバリ
  - ◆ 脚の本数 4本 vs 3本

## → バランスチェア

### ◆市場の特徴

- 楽天 1 強状態 / Amzonでは台湾製が7,870円で販売されている
- 楽天月700~1300万の商品が3商品（単価4万前後のためそんなに月商規模大きくないかもしれない）
  - 発明者のバランスマネジメント社のライセンス契約に基付き日本で製造
  - <https://ranking.rakuten.co.jp/weekly/300857/>
- Amazonでは単価 7,870 で月商200~300万売れている商品もある
  - <https://amzn.to/2r4jKdz>
  - 台湾製 / レビュー3.7
  - 組み立てにくい、生地が硬くて痛くなる、机の高さによって角度がなくなるなどバッドレビューも多い

### ◆所感

- 非常に高い4~5万円の商品か、6,000~8,000円くらいに中国商品しかなく間の商品がほとんどない
- 中国製品は品質がいまいちのレビューが多く、改善の余地がありそう
- ノルウェー発祥ということで、北欧のイメージが合いそう
- 北欧のブランドvarierは残念ながら、日本に総代理があったが、似たような北欧のブランドがあればよいかも
  - [https://www.varierfurniture.com/en\\_jp/](https://www.varierfurniture.com/en_jp/)
  - <https://amzn.to/33LEqUQ>

# レビュー&フィードバックの日: 191205

- 着手日: 12/05      ✕ 切日: 12/19
- アクションアイテムの内容
  - 枕
    - 卸価格の回答をもらう
    - メーカーの実績を確認する
    - メーカーのその他ラインナップを確認する
    - 楽天「王様の夢まくら」の売上データをもらう
    - 上位枕（夢枕、整体枕、いびき枕）、3000円枕の売れている理由を全て箇条書きする
    - 売れている理由の項目についてメーカーに確認していく
    - カスタマージャーニーを想定する（ユーザー心理の想定）
    - 独占販売の意思について確認をする
  - ゴール（何がどうなる、状況を目指す？）
    - 卸価格が明確になっている
    - 枕市場の売れている理由が明確になっている
    - メーカーの実績、売れている理由の確認が取れている

# レビュー&フィードバックの日: 191205

- 着手日: 12/05      ✕ 切日: 12/19
- アクションアイテムの内容
  - Cot
    - 全世界のメーカーをリストアップして、Facebookとメールを送る
    - 返信のあったメーカーの卸価格と独占販売の意思について確認する
  - その他の商品
    - 引き続き別の市場で商品を探査する
    - メーカーに連絡して交渉を開始する
  - ゴール（何がどうなる、状況を目指す？）
    - 現状のメーカーよりよく高品質で実績のあるメーカーを交渉が開始出来ている状態
    - メーカーの卸価格と独占販売の意思が確認出来ている状態
    - メーカーの実績、売れている理由の確認が取れている
    - その他市場についてもメーカーと交渉出来ている状態になる

# レビュー&フィードバックの日: 191205

- 今回の個別コンサルティングで、気づいたコト、修正が必要だと感じたコト、なるほど と思っ  
たコト、ひらめいたコト、などなど
- 枕の市場の見方で、同じ形で市場がなければいけないと思っていたが、高価格帯商品の「売れている理由を満たし」、低価格帯商品の  
「売れている理由の基準を超える」ことで、両方のお客さんから、間の価格帯を狙っていくという発想はなかったので、見方が広がった。  
最終的に1つのベンチマーク商品のポジションをひっくり返すということしか考えになかったが、今ある価格帯の間のポジションを見る  
という視点があることを学んだ。お客さんが形で枕を分類して選んでいる訳ではない。中途半端に枕の種類の情報を入れることで、枕に  
対する見方が売る側の視点になっていた。ユーザーがどういう思考プロセスで、枕を選ぼうとするかを意識して考えることが大事。
- テンピュールやその他の世界の高級枕との比較表を作成して、記載することで、販売している枕がそのランクの枕だということを表現す  
ることができる。
- 低価格帯枕の「売れている理由」を全て箇条書きにして、その全ての項目で優れていることを表記して、その上の価格帯で販売するとい  
う切り口。
- 枕でうまく売ることができれば、そのメーカーのその他のラインナップも横展開が可能になる。それこそブランドが蓄積するモデルにな  
りうる。
- メーカーに枕のEC流通額を示すことで、メーカーのやる気を出させる必要がある。
- Googleトレンドで2~3年ではなく、15年の長期のトレンドを確認する。その中でUPトレンドなのか、DOWNトレンドなのかマクロ情報を  
最初に抑える。

BUPPAN

# 実録

総代理 × 単品通販

Session #5: 21- Dec-2019

# レビュー&フィードバックの日: 191221

- 全体の進捗
  - 「枕」
    - 状況報告
    - ネクストアクションの相談
  - 「Cot」
    - 状況報告
    - ネクストアクションの相談
  - 「ビールサーバー」
    - 市場の状況報告
    - ネクストアクションの相談

# レビュー&フィードバックの日: 191221

## → 枕

- ◆ メーカー Dreamzie 1社交渉中。波形タイプ。 <https://amzn.to/35ITRPj>
  - 卸価格= 18 ユーロ（東京までの送料込み）
  - 商品の特徴（フランス）
    - ヨーロッパ製・フランスで売れている（フランスアマゾンで2位→1位） 価格36€→30€で1位
    - ヨーロッパの検査基準を満たしている
    - 竹由来の素材を使用していて、通気性、消臭効果をウリにしている
  - 商品懸念点
    - カバーが臭いというレビューが多い（商品説明中で、使用前に40℃のお湯で洗うように記載）
  - 確認中
    - 独占契約の条件は検討して連絡する
    - サンプルを送ってくれる（住所を連絡済み）
    - 他の商品ラインナップも教えて欲しい→全部卸できるかわからないので、別のチームと相談する

## → Cot

### ◆メーカー 「ALPIDEX」 <https://amzn.to/2Z9wUIS>

- 1 社交渉中 卸値 33.9ユーロ/3000個/年 中国から発送
- ドイツ/UKで販売 UKメーカー/登山用品が中心のメーカー
- 独占契約についてたくさん売ってくれたら可能とのこと（具体的数量は未定）

### ◆商品の特徴

- ドイツのローコットでは1番目に売れている ドイツ以外のヨーロッパでもローコットではALPIDEXが売れてる
- 耐荷重120Kg/商品重量1.8Kg（コンパクト収納）/軽量アルミニウム使用/ポリエステル生地/組み立て式
- サイズ190 x 67 x 16 cm / 収納サイズ 56 x 15cm/脚の本数 3箇所
- 軽くて、コンパクトに収納出来て、組み立てもしやすいと評価されている
- コンセプトはヘリノックスのローコット

### ◆懸念

- 説明が商品の布の裏に書かれているので、見にくい（説明書は別で準備する必要がある）
- 耐久性がよくないという声もあった。90Kgを超えてくると商品が耐えれないということもある。
- 大きい人が乗ると小さく、布が床に付きそうになる。85Kgで足が折れた。
- 高温地帯では足が柔らかくなり、曲がってしまう。

## → Cot

### ◆ その他のメーカー候補

- ALPS Mountaineering

- <https://amzn.to/2s9wwYv>

- ブランドメーカーとして、インスタにも力を入れていてインスタ映えする画像多数あり

- FE Active

- <https://amzn.to/2Q58vtL>

- .com カナダ ヨーロッパで販売されているが、一部ヨーロッパで評価が低い国がある

### ◆ いずれもFB、email済み まだ返信なし

### ◆ Amazon上では上記以外では良さそうなメーカーを見つけられていない

### ◆ 今後について

- 現状交渉中のALPIDEXはどうするか

- 上記メーカーから返信があればヒアリングを継続する

- 継続的にアウトドアメーカーのlow cot をAmazon以外のルートで調査する

## → スタンド型ビールサーバー

### ◆市場の特徴

- 楽天 1位 月商160万 単価約1万円

- <https://bit.ly/34l44Ks>

- Amazon 1位 月商290万 単価は1万円

- <https://amzn.to/34l4tMY>

- 「ビールサーバー」グーグルトレンド

- 緩やかに右肩上がり。

- 1年では7-8月の夏がピーク。

- 売れている理由

- 父へのプレゼント。父の日のプレゼント。

- お店気分を味わえる。飲酒運転になるのでビアホールにいけないので。

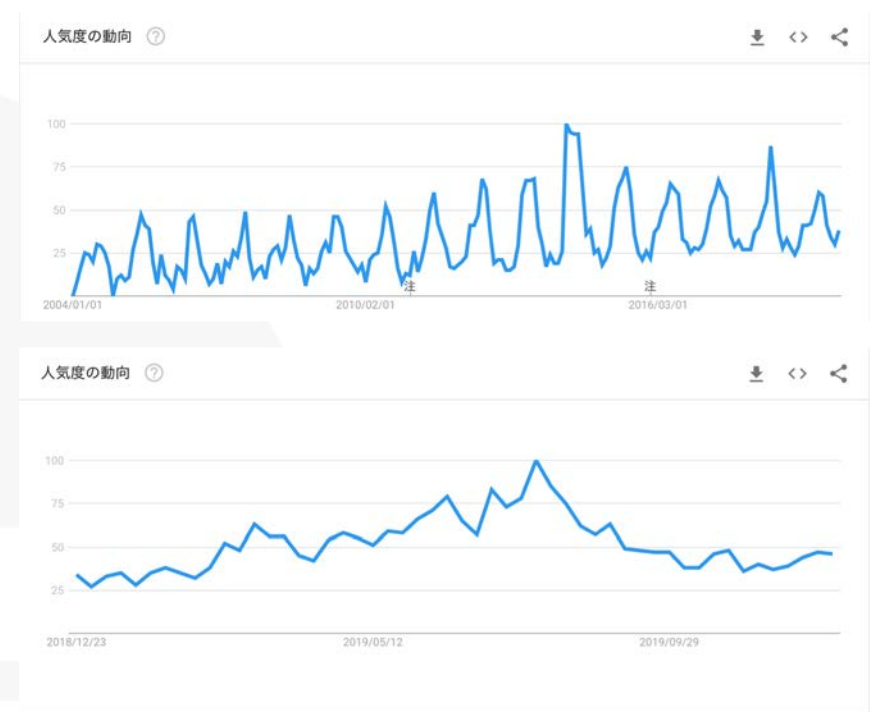
- 細かい泡を楽しむ。泡が細かくクリーミー。

- 友人と自宅で飲み会。エンターテイメントとして。ホームパーティーとして。来客時のパフォーマンス。

- 缶で飲むよりも美味しく感じる。缶ビールが生ビールのように飲める。生ビールテイスト。

- 保冷剤のおかげでヒエッ冷えのビールを楽しむことができる。

- スタイリッシュなフォルムと高級感のあるサーバー



## → スタンド型ビールサーバー

### ◆市場の特徴

#### ●改善点

- 壊れやすい。
- 不衛生。
- 泡ばかりでる。
- チューブが長くて掃除が手間。
- レバーが折れる。
- 缶ビール一回ずつ取り外してセットしないとイケないので面倒
- 最後まで出ない。
- 乾電池生だけでなくて、コンセントが欲しい。
- 炭酸が早く抜けてしまう

#### ●想定切り口

- オシャレ
- 衛生的
- ビールが美味しくなる工夫がある
- 耐久性がある

#### ●可能性のあるメーカー

- Fizzics
- <https://amzn.to/2EG2YEB>
- <https://www.fizzics.com/>
- e-mail送信済み
- 特許登録済みのマイクロフォームロック製法
- 4年間の味覚テストを通じてクリーミーな泡を実現



# レビュー&フィードバックの日: 191221

- 着手日 : 12/21      ✕ 切日 : 1/4
- アクションアイテムの内容
  - 枕
    - 上位枕（夢枕、整体枕、いびき枕）、3000円枕の売れている理由を全て箇条書きする
    - メーカーからサンプルを送ってもらう
    - 独占契約の条件について確認する
    - メーカーの実績を確認する
    - メーカーのその他ラインナップを確認する
    - 上位枕（夢枕、整体枕、いびき枕）、3000円枕の売れている理由を全て箇条書きする
    - 売れている理由の項目についてメーカーに確認していく
    - カスタマージャーニーを想定する（ユーザー心理の想定）
  - ゴール（何がどうなる、状況を目指す？）
    - 枕市場の売れている理由が明確になっている
    - メーカーのサンプルと他社サンプルのスペックの比較ができている

# レビュー&フィードバックの日: 191221

- 着手日: 12/21      ✕ 切日: 1/4
- アクションアイテムの内容
  - Cot
    - メーカーからの返信を待つ
    - メールを確認してもらえるように電話する
    - 返信のあったメーカーの卸価格と独占販売の意思について確認する
    - Amazon以外のメーカーを調査する
  - ビールサーバー
    - メーカーからの返信を待つ
    - メールを見てもらえるように電話する
    - 返信があれば市場の売れている理由、メーカーヒアリング、卸価格、独占販売の条件について確認する
  - その他市場商品
    - 他の市場もリサーチしておく。メーカー交渉中が3商品ある状態にする。
- ゴール（何がどうなる、状況を目指す？）
  - 高品質で実績のあるメーカーとの交渉が進んでいる状態になる

# レビュー&フィードバックの日: 191221

- 今回の個別コンサルティングで、気づいたコト、修正が必要だと感じたコト、なるほど と思っ  
たコト、ひらめいたコト、などなど
  - メーカーへのFB、e-mail送信後の電話アプローチができていなかったなので、今後取り入れるようにする
  - 商品ページの作成を想定して、「売れている理由」について優先順位をつけて整理する
  - 切り口次第で攻略できる可能性もあるため、大きい市場についても調査して行く
  - リサーチバイアス（思い込み）によって、弾いてしまっている可能性がある。弾いてしまっている商品こそ他者の視点を入れる。

BUPPAN

# 実録

総代理 × 単品通販

Session #6: 7-Jan-2020

# レビュー&フィードバックの日: 200107

- 全体の進捗
  - 「枕」
    - 状況報告（売れている理由）
    - ネクストアクションの相談
  - 「Cot」
    - 進捗なし
  - 「ビールサーバー」
    - 進捗なし

# レビュー&フィードバックの日: 200107

## → 枕

- ◆ メーカー Dreamzie 1社交渉中。波形タイプ。 <https://amzn.to/35ITRPj>
  - 卸価格= 18 ユーロ（東京までの送料込み）
  - 商品の特徴（フランス）
    - ヨーロッパ製・フランスで売れている
      - ◆ 12月フランスアマゾンで2位→1位 価格36€→30€で1位
      - ◆ 1月現在フランスアマゾンで2位30€→48,07 €
    - ヨーロッパの検査基準を満たしている
    - 竹由来の素材を使用していて、通気性、消臭効果をウリにしている
  - 商品懸念点
    - カバーが臭いというレビューが多い（商品説明中で、使用前に40°Cのお湯で洗うように記載）
  - 確認中（年末年始の進展・連絡なし）
    - 独占契約の条件は検討して連絡する
    - サンプルを送ってくれる（住所を連絡済み）
    - 他の商品ラインナップも教えて欲しい→全部卸できるかわからないので、別のチームと相談する

# レビュー&フィードバックの日: 200107

## → 枕 売れている理由

- ◆ 寝心地・ぐっすり眠れる（眠りの質）
- ◆ フィット感がある
- ◆ いびき・無呼吸防止
- ◆ 頸椎・首・肩への負担が少ない
- ◆ 評価が高い
- ◆ 腰痛軽減
- ◆ 固め・高めの好み
- ◆ 20日間返品保証（使用していても返品できる）
- ◆ 梱包・配送の早さ
- ◆ 大きい（寝返りしても落ちない）
- ◆ 横寝OK（耳が痛くない）
- ◆ プレゼントに購入
- ◆ 清潔感・縫製の綺麗さ
- ◆ 通気性（頭が蒸れない）
- ◆ 高さ調節
- ◆ 温度で硬さが変わらない（テンピュールは変わる）

## → 枕 改善・不満

- ◆ おもっていたより高さが少し高い
- ◆ 思っていたより固い
- ◆ カバーの値段が高い
- ◆ おまけが不要
- ◆ 頭が蒸れる（パウダービーズの保温性）
- ◆ 臭い
- ◆ ビーズのカサカサという音がきになる

## → まとめ

- ◆ 頭を乗せるとパウダービーズが動きフィットする。
- ◆ 緩やかにホールドすることと、横のサイズも大きいため寝返りもしやすい
- ◆ 配送・梱包・スタッフの対応もよく、返品保証もついている
- ◆ ギフト包装も対応していて、プレゼントにも良い
- ◆ 人によっては、高さが高すぎる、固すぎると感じる人がいる
- ◆ ビーズ特有の音や蒸れをきにする人もいる

→ ビーズの音や蒸れについてのデメリットを訴求し、シェアをもらう。



¥7,480

★4.27

# レビュー&フィードバックの日: 200107

## → 枕 売れている理由

- ◆ 肩・首の凝りが楽になった
- ◆ ぐっすり眠れた
- ◆ 首を支えるフィット感・安定感
- ◆ プレゼントに購入
- ◆ 寝つきが良い

## → 枕 改善・不満

- ◆ サイズが小さく、寝返りで落ちて起きる
- ◆ 固定されすぎて寝返りがしづらく落ちる
- ◆ 首・肩の凝りの改善を期待して購入したが余計にひどくなった
- ◆ 寝返りができず、腰痛になって通院



6,990円

☆3.57

## → まとめ

- ◆ 「肩・首の凝りに効く、整体枕」として購入されている
- ◆ 期待通り、症状が改善する人もいる
- ◆ しかし、レビューの通り、改善するよりも余計に悪くなるケースも多々あるよう。頭と首を固定しすぎて寝返りがしづらくなり、腰痛などの原因になっている可能性がある。またそう感じている人も多い。

→ 頭と首を固定して、寝返りを妨げることで腰痛の原因になることを訴求することで、シェアをもらう。

# レビュー&フィードバックの日: 200107

## → 枕 売れている理由

### ◆いびき改善のために購入

#### ◆寝心地よい・スッキリ眠れた・深い睡眠

- ◆ 肩から首までしっかり支えてくれて、寝返りをしても首や肩に負荷
- ◆ プレゼント
- ◆ 息がしやすい
- ◆ 無呼吸改善
- ◆ ちょうどいい硬さがいい
- ◆ 肩・首の痛み軽減
- ◆ うつ伏せ寝もできるのは良い

## → 枕 改善・不満

- ◆ 高さが高すぎる
- ◆ 奥行きがない
- ◆ 寝心地はよくない
- ◆ 横寝はしづらい



6,980円

☆4.30

## → まとめ

- ◆ 「いびき」「無呼吸」に悩まされている人向けの枕
  - ◆ いびき・無呼吸の悩みの強い人には、症状が改善される場合があり評価されている
  - ◆ 枕の構造的に、首を高くし気道確保する体勢を取るため、純粹に寝心地を求める人には、寝心地がよくないと感じる人もいる
- 「気道を構造的に確保するため、寝心地がよくない可能性がある」ということで、いびき防止より、寝心地重視のシェアをもらう

# レビュー&フィードバックの日: 200107

- 着手日 : 1/7      ✕ 切日 : 1/21
- アクションアイテムの内容
  - 枕
    - ・ 売上見込み、販売戦略資料を作成して、メーカーにメールする
    - ・ メーカーからサンプルを送ってもらう
    - ・ 独占契約の条件について確認する
    - ・ メーカーの実績を確認する
    - ・ メーカーのその他ラインナップを確認する
    - ・ 上位枕（夢枕、整体枕、いびき枕）、3000円枕の売れている理由を全て箇条書きする
    - ・ 売れている理由の項目についてメーカーに確認していく
    - ・ カスタマージャーニーを想定する（ユーザー心理の想定）
  - ゴール（何がどうなる、状況を目指す？）
    - ・ メーカーのサンプルと他社サンプルのスペックの比較ができている
    - ・ メーカーに資料を送付している
    - ・ メーカーに売れている理由を確認している

# レビュー&フィードバックの日: 200107

- 着手日 : 1/7      ✕ 切日 : 1/21
- アクションアイテムの内容
  - Cot
    - ・ メーカーからの返信を待つ
    - ・ メールを確認してもらえるように電話する
    - ・ 返信のあったメーカーの卸価格と独占販売の意思について確認する
    - ・ Amazon以外のメーカーを調査する
  - ビールサーバー
    - ・ メーカーからの返信を待つ
    - ・ メールを見てもらえるように電話する
    - ・ 返信があれば市場の売れている理由、メーカーヒアリング、卸価格、独占販売の条件について確認する
  - その他市場商品
    - ・ 他の市場もリサーチしておく。メーカー交渉中が3商品ある状態にする。
  - ゴール（何がどうなる、状況を目指す？）
    - ・ 高品質で実績のあるメーカーとの交渉が進んでいる状態になる
    - ・ メーカーに売上予測・販売戦略の資料を送る

# レビュー&フィードバックの日: 200107

- 今回の個別コンサルティングで、気づいたコト、修正が必要だと感じたコト、なるほど と思ったコト、ひらめいたコト、などなど
  - 売れている理由を優先順位順にリストアップして、メーカーに確認して行く
  - メーカーをやる気にさせるためにも売上・販売戦略の資料を作成する

BUPPAN

# 実録

総代理 × 単品通販

Session #7: 26-Jan-2020

# レビュー&フィードバックの日: 200126

- 全体の進捗
  - 「枕」
    - 状況報告（メーカーとの状況、提出資料、売れている理由、理想の切り口、理想のコンテンツ、メーカーへの確認事項）
    - ネクストアクションのご相談
  - 「Cot」
    - 状況報告（メーカーとの状況、企画書、売れている理由、市場の状況（楽天・Amazon）理想の切り口、理想のコンテンツ、メーカーに確認事項）
    - ネクストアクションのご相談
  - 「ビールサーバー」
    - 進捗なし/電話催促/電話番号が使われていない
  - その他の新規
    - アプローチ中のマーケット

# レビュー&フィードバックの日: 200126

## → 枕

### ◆メーカー DREAMZIE (フランス) <https://amzn.to/2tntvVn>

- 卸価格= 18 ユーロ (東京までの送料込み)
- 商品の特徴 (フランス)
  - ヨーロッパ製・フランスで売れている
    - ◆ 12月フランスアマゾンで2位→1位 価格36€→30€で1位
    - ◆ 1月現在フランスアマゾンで2位30€→48,07 €→45,79 €
    - ◆ ヨーロッパの検査基準を満たしている
  - 竹由来の素材を使用していて、通気性、消臭効果をウリにしている
- 進捗
  - 販売計画資料を送付→メーカーからの返信有り (パッケージングとのこと)
  - サンプルの発送 (送料DHL75€ sample free) 2/3week掛かる見込み 送金完了次第発送 (楽天銀行申請中)
- 確認中
  - 独占契約の条件は検討して連絡する
  - 他の商品ラインナップも教えて欲しい→全部卸できるかわからないので、別のチームと相談する

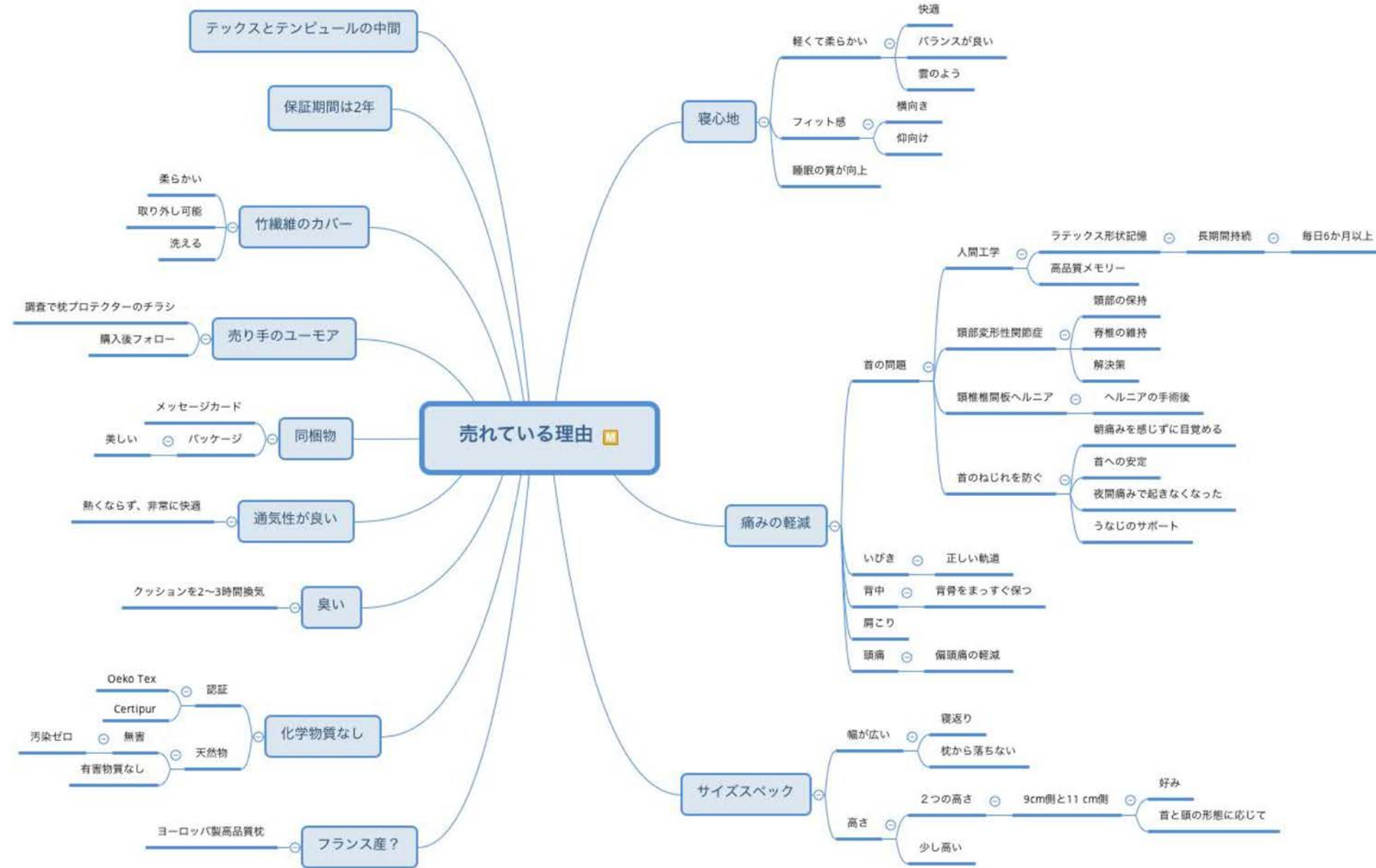


## → Dreamzie 売れている理由分析

- ◆ 首の痛み、頸部変形性関節症、頸椎椎間板ヘルニアなどの首の問題を抱える方が、痛みの軽減を期待して購入している
- ◆ 横向き、仰向きいずれもフィットして寝心地が良い
- ◆ 人間工学に基づき正しい軌道を確認、いびきの軽減を期待して購入
- ◆ 背骨をまっすぐに保つことで、背中痛みの軽減することを期待して購入
- ◆ 幅が広く、大きいいため寝返りしやすく、頭が枕から落ちない
- ◆ 高さは少し高めで、9cmと11cmの2通りの高さがあり、自分の首と頭の状態で調節をすることができる
- ◆ 信頼のヨーロッパ製（フランス？）で安心感がある
- ◆ Oeko TexとCertipurの2つの認証を取っており、天然素材を使用した化学物質なし、有害物質なしの安心感がある
- ◆ 竹繊維の枕カバーが柔らかく、取り外し洗濯可能で清潔感がある
- ◆ セラーのアフターフォローがユーモアに溢れており、秀逸で親しみをもてる
- ◆ パッケージも綺麗。通気性あり。保証期間2年間（カバーを洗うと返品できない）



# → Dreamzie 売れている理由分析～マインドマップによる整理～



## → 枕 ペルソナ分析とポジショニング

- ◆ 枕を購入する顧客像・ペルソナイメージ
- ◆ 大きく分類すると次の3つの購入者層に分類できる。
  - ① 寝心地・快眠を中心に枕を購入する層
  - ② 首・肩の凝り・痛みの軽減を期待して枕を購入する層
  - ③ いびきの軽減・呼吸のしやすさを期待して枕を購入する層
- ◆ 次に枕を選ぶ軸として以下の2軸が考えられる。
  - ① 枕の高さ 高い枕を好む層・低めの枕を好む層
  - ② 枕の硬さ 硬い枕を好む層・柔らかい枕を好む層



## → 枕 理想の切り口

- ◆ 「首・肩の痛みや凝りを軽減すること」でフランスで最も売れているヨーロッパ製枕
  - フランスで最も売れている
  - 首の痛み、頸部変形性関節症、頸椎椎間板ヘルニアなどの首の問題を抱える方々に愛用されている
- ◆ 高品質ラテックス形状記憶枕による快適な寝心地
  - 横向き寝、仰向き寝の方も、首・肩に快適な角度でフィットして理想の寝心地を実現
  - 面積が大きく、寝返りを打っても枕から頭を落とすことがない
- ◆ 人間工学に基づき、正しい角度の気道を確保し、呼吸の通りをよくし、いびきを軽減する
  - 人間工学に基づき設計された構造によって、呼吸の通りやすい角度で首を保ち、いびきの軽減を期待できる
- ◆ 2通りの高さで、自分の首・頭の状態にあった高さを調節することができる
  - 9cmと11cmと高さの異なる側面によって、向きを変えることで、自分にあった高さに調整することができる
- ◆ ヨーロッパ製、眠りにうるさいフランスで最も売れている枕
  - Made in ヨーロッパ。ヨーロッパの職人による高い品質の枕。
- ◆ ヨーロッパの厳しい基準の環境認証を2つも受け、肌に優しい無害の天然素材の枕。毎日使うものだから有害化学物質の使われていないものが安心。
  - **Oeko TexとCertipurの2つの認証**を取っており、**天然素材**を使用した化学物質なし、有害物質なしの安心感がある
- ◆ 柔らかく肌触りの良い天然素材竹繊維の枕カバー

## → 枕 理想のコンテンツ（Amazon・楽天）

- 1) サムネイル
  - 2) 権威付け/コンテンツのまとめ（表紙）
    - a) Made inヨーロッパの信頼のフランス枕
    - b) フランスで最も売れている（販売実績）
    - c) 2つの厳しい認証実績(Oeko Tex・Certipur)
    - d) 首・肩の痛みの軽減/特徴まとめ
  - 3) 首・肩への負担・痛みの軽減
    - a) 就寝時の首の理想的な角度を保つ構造
    - b) 人間工学に基づいた設計
  - 4) 高品質ラテックス素材で高い寝心地の良さ
    - a) 柔らかくて寝心地が良い
    - b) ラテックス素材とは
    - c) 作りが大きく寝返りがしやすく、落ちない
  - 5) 気道確保によるいびきの軽減
    - a) 理想的な首の角度を保つ
    - b) 2通りの高さ（9cm・11cm）自分にあった高さ
  - 6) MADE in ヨーロッパと2つの認証
    - a) MADE in ヨーロッパ/フランスで売れている
    - b) 2つの認証の価値
    - c) 有害化学物質ゼロ、天然素材使用
  - 7) スペック・使用シーンイメージ
    - a) サイズスペック
    - b) 使用前の注意点（素材の特徴）
      - i) カバーを洗う
      - ii) 最大48時間の再膨張
      - iii) 24時間以上の換気
    - c) 返品について
- \* プロモーションの動画
- \* 説明書→QRコード→お客様サポート

# → サンプル・メーカーへの確認事項

## ● サンプル

- パッケージの内容
- パッケージの状態
- 説明書
- 同梱物
- 匂い
- 再膨張確認
- カバーの質、匂い、肌触り
- 枕の実際の高さ（体感）
- 枕の大きさ（体感）
- テンピュールとの比較
- その他高級枕との比較
- 寝心地
- 首に対する感想
- 寝てみてどうか、感想

## ● メーカー

- 素材
  - 商品ページからの深掘り
  - ラテックスの特徴など調べて確認
- 実績
  - 販売している国（取り扱い国数）
  - 実店舗有無
  - 表彰、受賞歴、メディア掲載実績
  - SNSなどの発信、ユーザーの発信
  - 著名人の愛用
- メーカー
  - 創業年、受賞歴、社長の職歴
  - メディア露出、展開国数
- 販売素材
  - 画像素材
  - 動画素材
  - その他
- 契約関連
  - 独占販売権の条件
  - 商標権・MOQ・納期など

# 枕 相談事項

- 販売方針
  - アドバイス、注意点
- 商標
  - とった方がよいタイミング（テストマーケティング後？）
  - どちらで権利を有するのがいいのか
- 契約
  - どのような取り決めが必要か
  - 契約書についてどのようなものが適切か。
  - 雛形をいただくことは可能か
- 不良品
  - 不良品の取り決めについて、標準的なラインはどのあたりが適切か
  - 検品は日本国内で実施しているか
- 日本側の受け取り倉庫
  - 代行業者があるとのことですが、おすすめや、コンサル生の方々がよく使用しているところがありますか

# 枕 今後の動き

- サンプルの確認
- メーカーへの確認事項の確認
- 上記確認後に販売戦略について再検討
- メーカーからももらえる販売素材をもらう
- 契約条件について話を進める
- 物流・倉庫について明確にする、確保する
- 検品プロセス・FBAシールについて明確にする、確保する
- 必要なタイミングで商標をとる
- 販売コンテンツの細かい事項を調べていく
  - 人間工学って何？
  - 肩こり、頸椎を支える理想的な角度やそのエビデンス
  - Amazon市場の状況、楽天のその他の商品の状況
- 販売に必要な情報（検索KW、コピー、画像などのモデリングのサンプル）を調べていく

## → Cot



### ◆ メーカー **ALPIDEX** (UK・ドイツ) <https://amzn.to/2Z9wUIS>

- 1 社交渉中 卸値 33.9ユーロ/3000個/年 中国から発送
- ドイツ/UKで販売 UKメーカー/登山用品が中心のメーカー
- 独占契約についてたくさん売ってくれたら可能とのこと (具体的数量は未定)

### ◆ 商品の特徴

- ドイツのローコットでは1番目に売れている ドイツ以外のヨーロッパでもローコットではALPIDEXが売れてる
- 耐荷重120Kg/商品重量1.8Kg (コンパクト収納) /軽量アルミニウム使用/ポリエステル生地/組み立て式
- サイズ190 x 67 x 16 cm / 収納サイズ 56 x 15cm/脚の本数 3箇所
- 軽くて、コンパクトに収納出来て、組み立てもしやすいと評価されている
- コンセプトはヘリノックスのローコット

### ◆ 懸念

- 説明が商品の布の裏に書かれているので、見にくい (説明書は別で準備する必要がある)
- 耐久性がよくないという声もあった。90Kgを超えてくると商品が耐えれないということもある。
- 大きい人が乗ると小さく、布が床に付きそうになる。85Kgで足が折れた。
- 高温地帯では足が柔らかくなり、曲がってしまう。

### ◆ 進捗

- サンプルを送って欲しいと依頼 (こちらからの入金待ち)

## → Cot 売れている理由分析

### ◆DOD(ディーオーディー) バッグインベッド (AmazonCot1位)

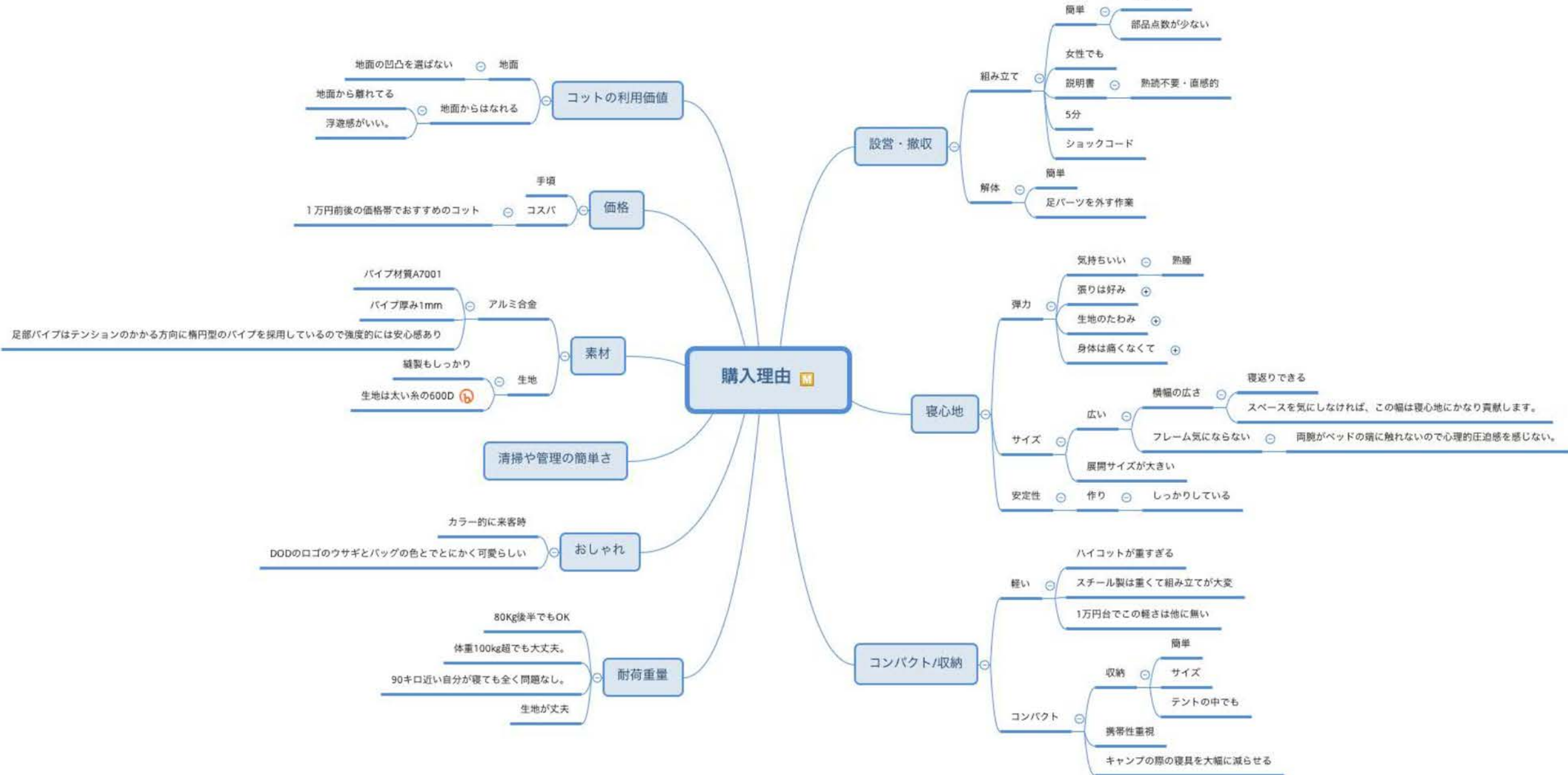
<https://amzn.to/2RrWCQs>

#### ● 売れている理由

- 組み立て、解体がしやすく作りもしっかりしている
- シートが沈み、柔らかいことと、幅が広い、安定感があることによって、寝心地が良い
- 軽量、コンパクト収納が出来てバイクツーリングキャンプ、テント内寝具として便利。
- 耐荷重量、生地もしっかりしている、軽量アルミで安定感もある
- 見た目がおしゃれ。うさぎのロゴが可愛い
- 1万円前後の価格でコスパが良い
- 地面が凸凹でも寝られる。地面から離れるので冷氣、草、虫から守ってくれる (Cotそのもののベネフィット)

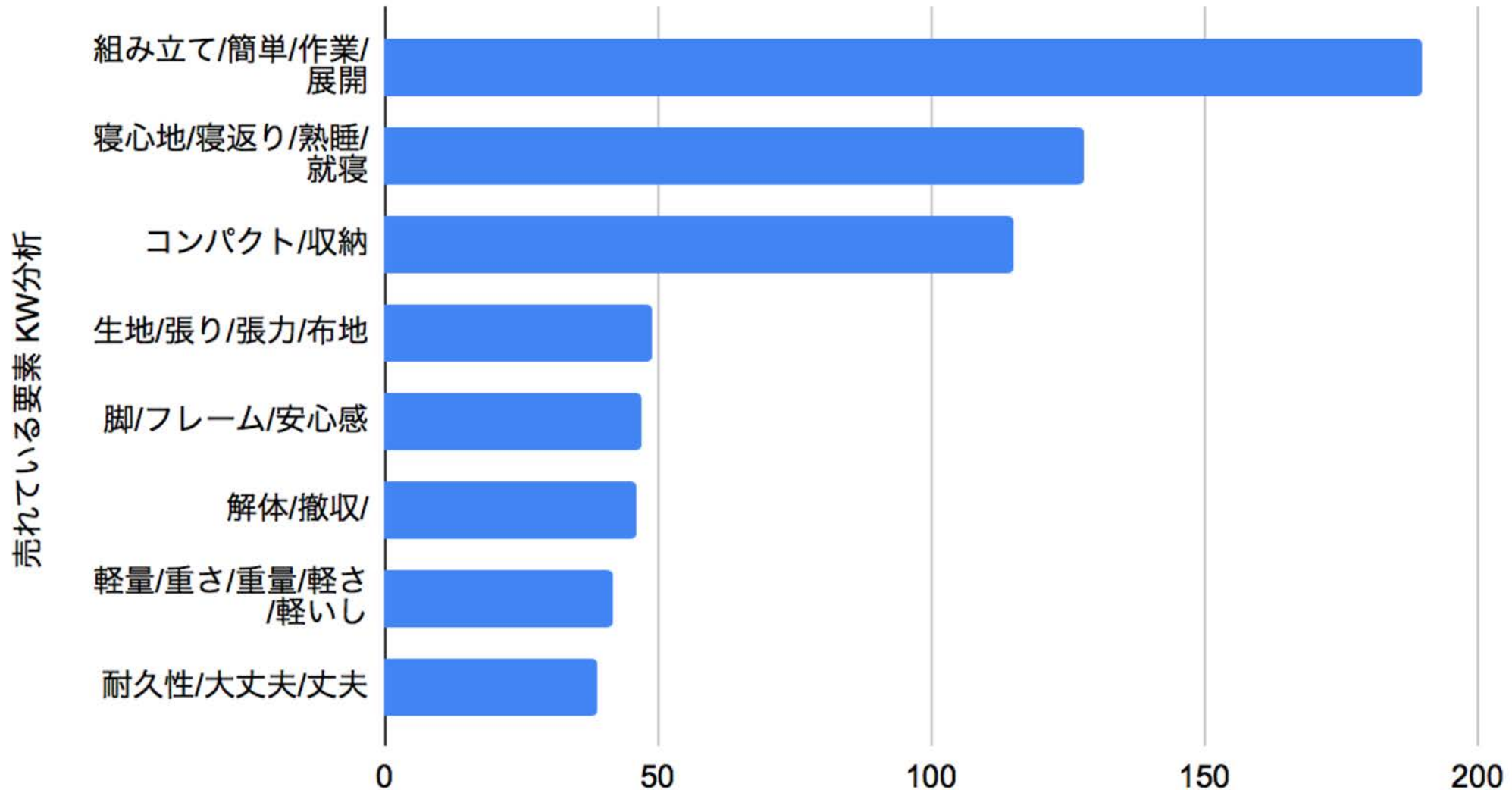


# → Cot 売れている理由分析～マインドマップによる整理～



→ Cot 売れている理由分析～テキストマイニング、ゲートスウェイトづけ～

## 売れている要素 KW分析



## → Cot 売れている理由分析

### ◆DOD(ディーオーディー) バッグインベッド (AmazonCot1位)

#### ● 改善点・不満

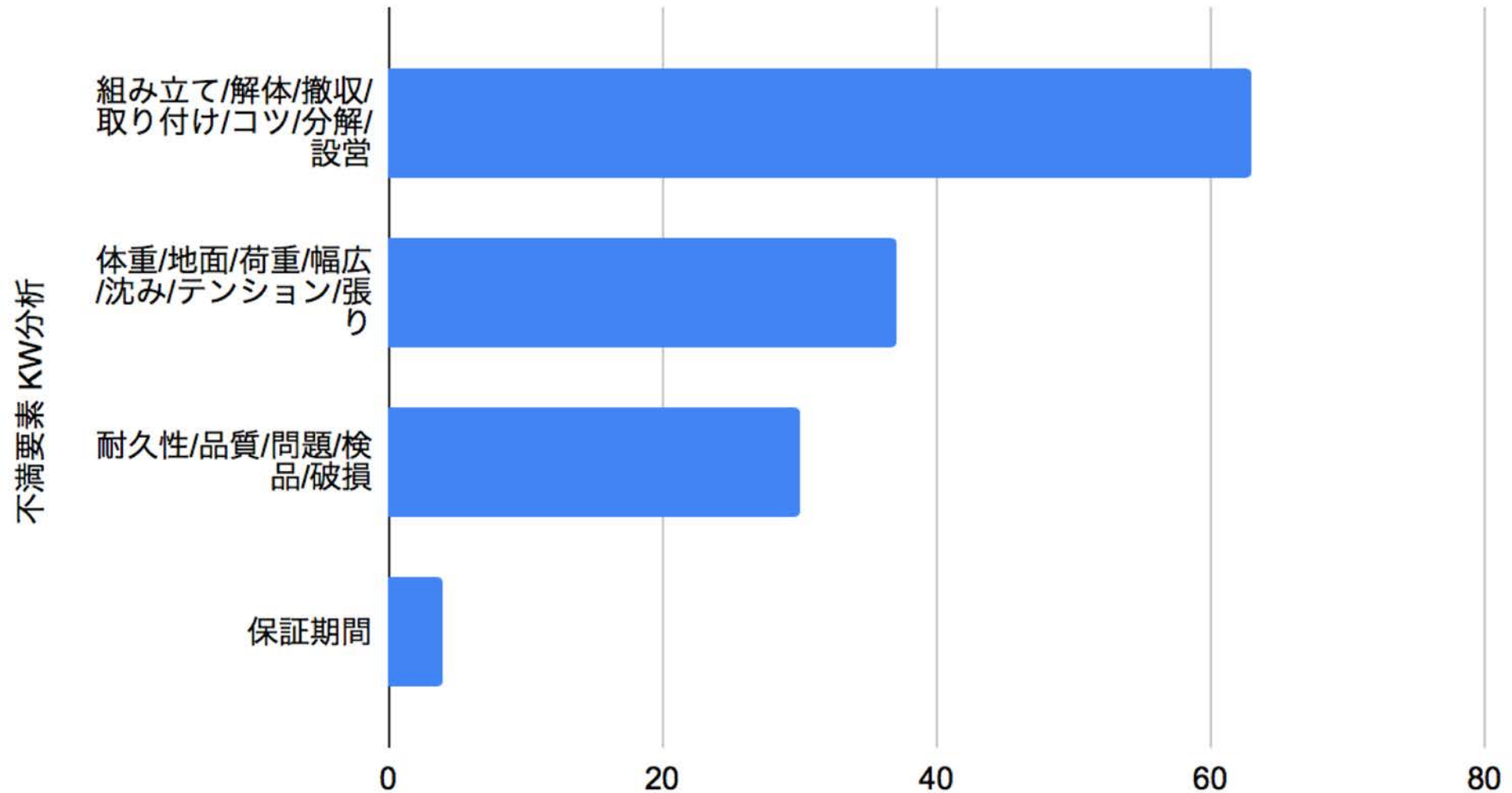
- 設営・解体が大変。とにかく足が抜けない。女性には厳しい。コツが必要。
  - 生地が張りが緩く、体重によっては下のポールに腰がつく。沈みすぎる。椅子としては使えない。
  - 幅が広すぎてテントに入らない。意外と重いし、大きい。
  - 生地が破れやすい。数回の使用で生地がゆるゆるになり、地面につく。
  - その割に保証期間が30日間しかなく、非常に短いと感じる。
- ポジティブレビューの中にも、「設営・解体が大変だった」という声が多数あった。

→一番大きなポイントとしては、「設営・解体」が簡単にできること。しかし、競合商品ページには懸念点や寝心地への訴求点が全くない。切り崩す余地有り。

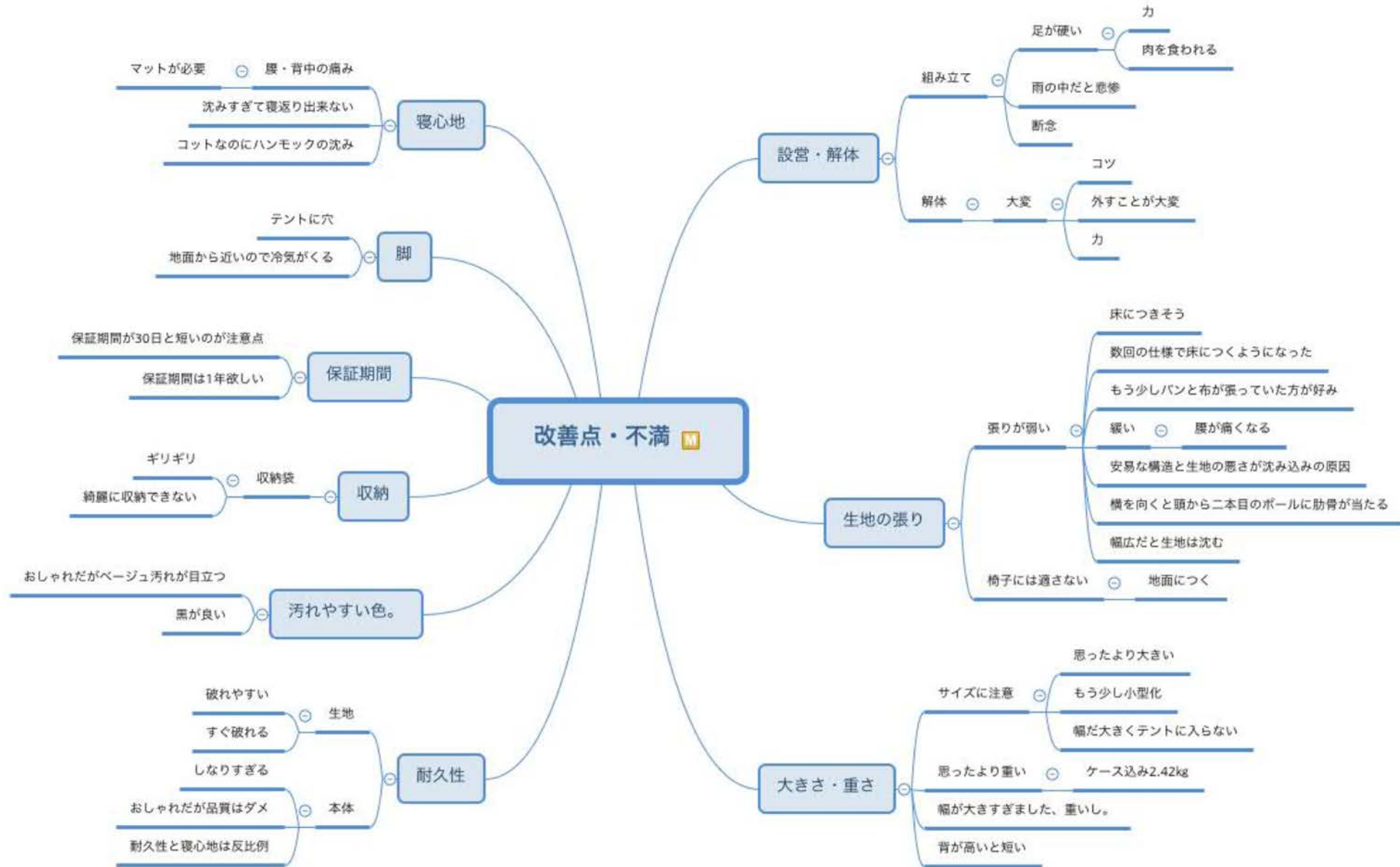


→ Cot 売れている理由分析～テキストマイニングによるウェイトづけ～

## 不満要素 KW分析



# → Cot 売れている理由分析～マインドマップによる整理～



## → Cot ペルソナ分析

### ◆Cotを購入する顧客像・ペルソナイメージ

◆ソロキャンプ、ツーリングキャンプ、キャンプをする際に、寝具アイテムの一つとして購入。銀マット、エアマットよりも寝心地がよく、地面の凸凹の状態に寄らず快適に寝ることができるアイテムとして、キャンパーの間で2017年から徐々に広がってきている。キャンパーの間で使用している人や、キャンプユーチューバーを見て自分も欲しくなって購入したいが、Helinoxのように4万円も出すのは高すぎると、1万円前後でコスパの高い商品を欲しいと思い購入している。

#### ● 自分にあった良いLowCotを探している（lowcotを使用したことがある）

- LowCotを使用したことが有り、設営・解体のしやすさ、寝心地、軽量・コンパクトさを求めて購入

#### ● HiCotからのスイッチ

- HiCotがメジャーだったが、非常に重く、組み立ても大変なため、軽量で女性でも扱いやすいLowCotへの切り替え購入

#### ● 銀マット、エアマットからのスイッチ

- Cot自体は使用したことがない。今までは銀マットやエアマットが主流だったが、流行の流れもあり、Cotを使用して見たいと思い購入

## → Cot ペルソナ分析 ～販路の状況～

### ◆Cotを購入する顧客像・ペルソナイメージ

#### ◆Amazon

- LowCotを知っていて、良いLowCotを探している
- HiCotを使っていて、軽くて扱いやすいLowCotを探している
- エアマット、銀マットからスイッチ

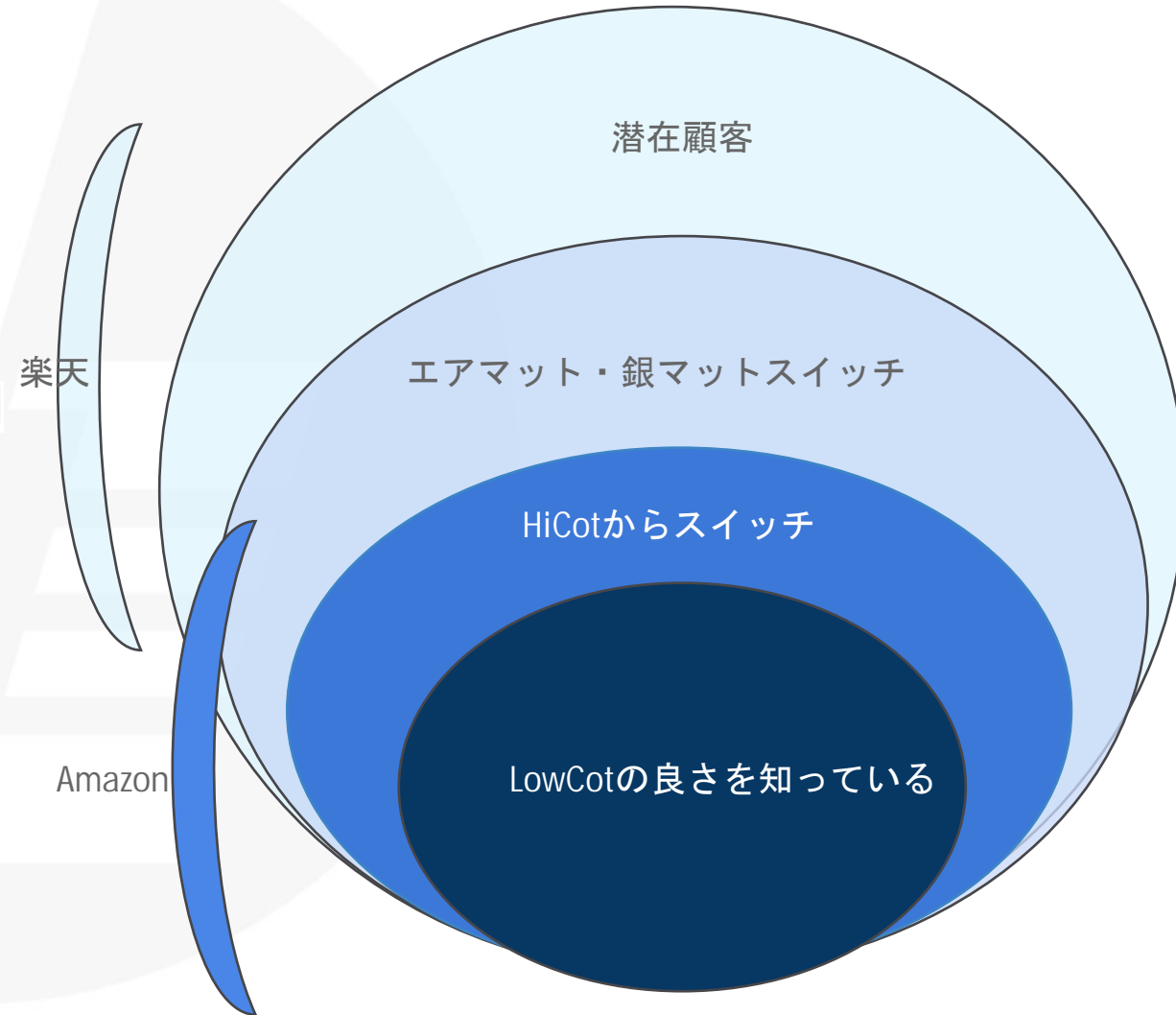
→ 1位との比較、1位の売りを打ち消す切り口を強調する

#### ◆楽天

- HiCotを使用している
- エアマット、銀マットを使用している
- LowCotの存在はあまり知らない

→ エアマット、銀マットに対していかに優れているかを訴求した、マットの売りを打ち消し、マットのユーザーをスイッチさせる

→ HiCottに対する優位性を訴求して、HiCottユーザーからのスイッチ



## → Cot 理想の切り口

### ◆ 設営・解体が簡単

- 設営・解体がシンプルで簡単で、女性でも力がいらずに短時間で組み立てられる
- 足が抜けないという心配もない、テントの中でも設営可能
- 説明書はあるが、なくてもできるレベル

### ◆ 寝心地が良い

- 幅広（横幅67cmでサイドポールを気にしない大きさ 一般的には60cmが多い）テントのサイズにも出し入れしやすい幅
  - （※自分の身幅+腕の長さで65cmくらいある→60cmだと窮屈 67cmだと大丈夫ではないか）
- 生地の変り（沈みすぎない、どちらかというと張りがある）幅が広すぎると沈みやすい※高級なものは張りがある（Helinoxとか）
- 縦の長さ（背の高い方でも十分な190cm）
- 地面からの高さ（低すぎると冷気・熱気、たるんで下につく）16cm（DOD 15.5cm）
- 安定感のある作り（素材と構造の作りから安定している）

### ◆ コンパクト収納で軽量

- 1.8Kg 収納時も非常に軽量コンパクト（DOD 2.3Kgよりも軽量・コンパクト）

### ◆ 耐久性・耐荷重量

- 耐久性があり、耐荷重量も120Kgまで可能（DODと同じ）

### ◆ ドイツ発の老舗トレッキングブランド・ヨーロッパでの販売実績多数

- ドイツの老舗トレッキングメーカーが真面目にもものづくりをしたブランド

## → Cot 理想の切り口

### ◆ 設営・解体が簡単

- 設営・解体がシンプルで簡単で、女性でも力がいらずに短時間で組み立てられる
- 足が抜けないという心配もない、テントの中でも設営可能
- 説明書はあるが、なくてもできるレベル

### ◆ 寝心地が良い

- 幅広（横幅67cmでサイドポールを気にしない大きさ）**テントのサイズにも出し入れしやすい幅**
- 生地の張り（沈みすぎない、どちらかというと張りがある）幅が広すぎると沈みやすい
- 縦の長さ（背の高い方でも十分な190cm）
- **地面からの高さ**（低すぎると冷気・熱気、たるんで下につく）16cm（DOD 15.5cm）
- 安定感のある作り（素材と構造の作りから安定している）

### ◆ コンパクト収納で軽量

- 1.8Kg 収納時も非常に軽量コンパクト（DOD 2.3Kgよりも軽量）

### ◆ 耐久性・耐荷重量

- 耐久性が有り、耐荷重量も120Kgまで可能

### ◆ UK発の老舗トレッキングブランド、ヨーロッパでの販売実績多数

- UKの老舗トレッキングメーカーが真面目にものづくりをしたブランド

→ **サンプル確認が必要**

## → Cot 理想のコンテンツ (Amazon)

- 1) サムネイル
  - 2) 権威付け/コンテンツのまとめ (表紙)
    - a) UK発信頼の老舗トレッキングブランド
    - b) ヨーロッパ全土での売れてる実績
    - c) コンテンツまとめ
  - 3) 設営・解体の簡単さ
    - a) 設営・解体の手順
    - b) 部品の構成
  - 4) 寝心地の良さ
    - a) 横幅が広い (\*ただし広すぎないテントの弊害)
    - b) 生地張り (適度で、沈みすぎない)
    - c) 地面からの高さ (低すぎず冷気、暑さ対策)
    - d) 安定性 (素材・構造)
  - 5) 軽量・コンパクト収納
    - a) 軽量 何グラム重さのわかりやすい比較
    - b) コンパクト 大きさのわかりやすい比較
  - 6) 耐久性・耐荷重量
    - a) 耐久性がある
    - b) 耐荷重量 120gとある
  - 7) スペック・使用シーンイメージ
    - a) サイズスペック (展開・収納)
    - b) 重量
    - c) 使用シーン (ツーリング収納・テント外・テント内・ビーチ)
    - d) 海外のSNSのシーン (あればインスタ系)
- \* プロモーションの動画
- \* 説明書→QRコード→設営・解体YOUTUBE

## → Cot 理想のコンテンツ (楽天)

- 1) サムネイル
  - a) 権威づけ
  - b) ランキング
  - c) UK国旗
  - d) 使用シーン
- 2) 権威付け/コンテンツのまとめ (表紙)
  - a) UK発信頼の老舗トレッキングブランド
  - b) ヨーロッパ全土での売れてる実績
  - c) コンテンツまとめ
- 3) エアマット・銀マットとの比較
  - a) マットに比べてCotを使用するメリット
- 4) 寝心地の良さ
  - a) 横幅が広い (\*ただし広すぎないテントの弊害)
  - b) 生地張り (適度で、沈みすぎない)
  - c) 地面からの高さ (低すぎず冷気、暑さ対策)
  - d) 安定性 (素材・構造)
- 6) 軽量・コンパクト収納
  - a) 軽量 何グラム重さのわかりやすい比較
  - b) コンパクト 大きさのわかりやすい比較
- 7) 設営・解体の簡単さ
  - a) 設営・解体の手順
  - b) 部品の構成
- 8) 耐久性・耐荷重量
  - a) 耐久性がある
  - b) 耐荷重量 120gとある
- 9) スペック・使用シーンイメージ
  - a) サイズスペック (展開・収納)
  - b) 重量
  - c) 使用シーン (ツーリング収納・テント外・テント内・ビーチ)
  - d) 海外のSNSのシーン (あればインスタ系)

\* プロモーションの動画

\* 説明書 → QRコード → 設営・解体 YOUTUBE

# → サンプル・メーカーへの確認事項

## ● サンプル

- 設営しやすさ
- 解体しやすさ
- 寝心地（寝てみた体感）
- 横幅感覚（腕がサイドポールに当たらないか）
- 座れるか（座った体感）
- 生地張り
- 作りの丈夫さ
- 実際の重さ
- 実際の大きさ
- 商品の構造（強み・弱み）
- 気づかなかった強み・弱み
- 収納のしやすさ
- 使用回数による生地のたわみは有りそうか
- 汚れみだつか
- 縫製はどうか
- 生地があつさ、丈夫さ
- 実際の見た目
- 欠点
- 第三者意見
- 説明書、パッケージ

## ● メーカー

- 素材
  - アルミの名前
  - 生地の名前とデニール
  - その他の素材
- 実績
  - 販売している国（取り扱い国数）
  - 実店舗有無
  - 表彰、受賞歴、メディア掲載実績
  - SNSなどの発信、ユーザーの発信
  - 著名人の愛用
- メーカー
  - 創業年、受賞歴、社長の職歴
  - メディア露出、展開国数
- 販売素材
  - 画像素材
  - 動画素材
  - その他
- 契約関連
  - 独占販売権の条件
  - 商標権・MOQ・納期など

# Cot 今後の動き

- ❑ サンプルの確認
- ❑ メーカーへの確認事項の確認
- ❑ 上記確認後に販売戦略について再検討
- ❑ メーカーからもらえる販売素材をもらう
- ❑ 契約条件について話を進める
- ❑ 物流・倉庫について明確にする、確保する
- ❑ 検品プロセス・FBAシールについて明確にする、確保する
- ❑ 必要なタイミングで商標をとる

# Cot 相談事項

- 販売方針
  - アドバイス、注意点
- 商標
  - とった方がよいタイミング（テストマーケティング後？）
  - どちらで権利を有するのがいいのか
- 契約
  - どのような取り決めが必要か
  - 契約書についてどのようなものが適切か。
  - 雛形をいただくことは可能か
- 不良品
  - 不良品の取り決めについて、標準的なラインはどのあたりが適切か
  - 検品は日本国内で実施しているか
- 日本側の受け取り倉庫
  - 代行業者があるとのことですが、おすすめや、コンサル生がよく使用しているところがありますか

## → スタンド型ビールサーバー

→ 可能性のあるメーカー

◆ Fizzics

◆ <https://amzn.to/2EG2YEB>

◆ <https://www.fizzics.com/>

◆ e-mail送信済み

◆ 特許登録済みのマイクロフォームロック製法

◆ 4年間の味覚テストを通じてクリーミーな泡を実現

◆ 進捗状況

● mail、FB返信なし

● TEL→確認できた電話番号は不通（使われていない）



## → その他新規アプローチ中商品

### ◆ アウトドアチェア

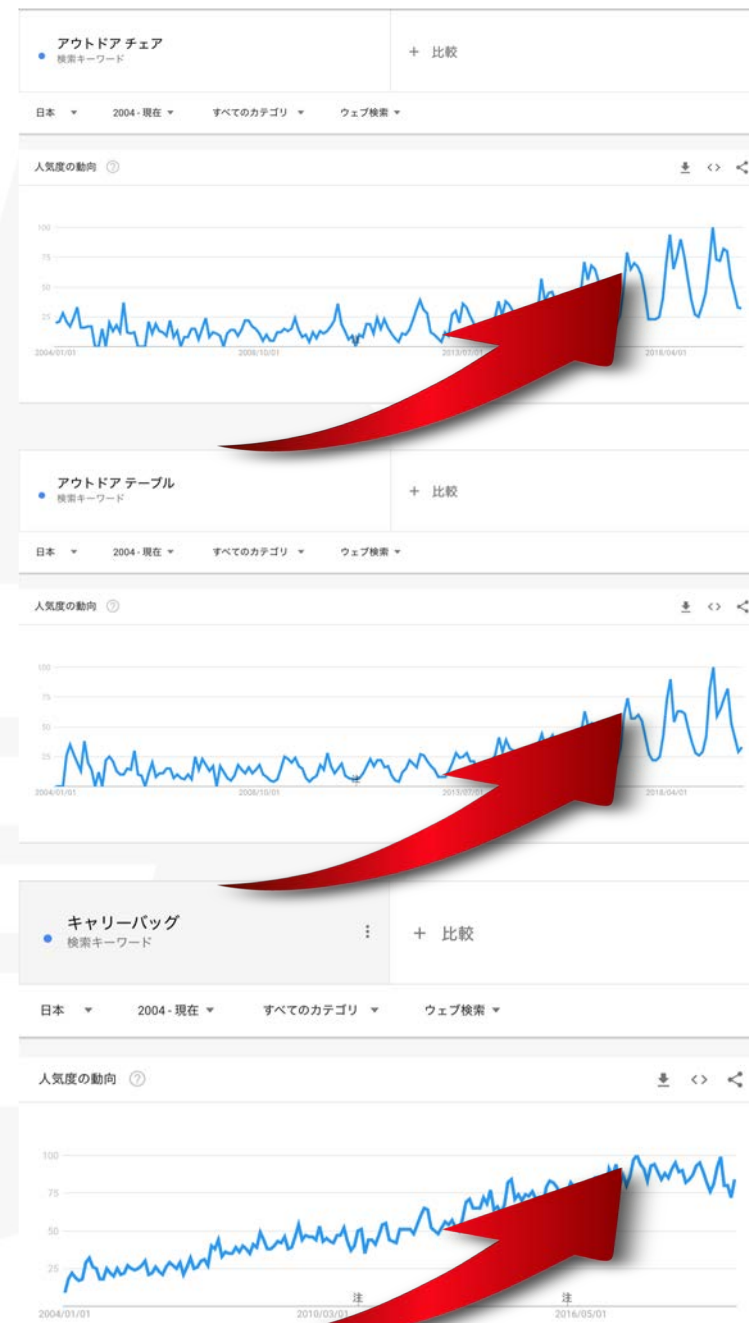
- 上位商品 200~300万

### ◆ アウトドアテーブル

- 上位商品 100~150万

### ◆ キャリーバッグ

- 上位商品 300~800万



# レビュー&フィードバックの日: 200126

- 着手日 : 1/26      ✕ 切日 : 2/7
- アクションアイテムの内容
  - 枕
    - メーカーへ送金する
    - サンプルを確認
    - 独占契約について条件の提示を行う
    - メーカー情報について確認する
  - ゴール（何がどうなる、状況を目指す？）
    - メーカーのサンプルと他社サンプルのスペックの比較ができている
    - メーカーを総代理契約についての条件が明確になっている
    - メーカー情報を確認している

# レビュー&フィードバックの日: 200107

- 着手日 : 1/26      ✕ 切日 : 2/07
- アクションアイテムの内容
  - Cot
    - ・ メーカーに送金をしてサンプルを発送してもらう
    - ・ サンプルの確認
    - ・ 総代理の条件を明確にする
    - ・ その他のメーカーにもコンタクトをとる
  - ビールサーバー
    - ・ その他の連絡チャネル全てからコンタクトを試みる
  - その他市場商品
    - ・ 引き続き新規市場のメーカーに連絡をする。メーカー交渉中が3商品はある状態にする。
- ゴール（何がどうなる、状況を目指す？）
  - ・ 総代理条件をまとめている
  - ・ その他の新規メーカーと連絡が取れるようになっている

# レビュー&フィードバックの日: 200126

- 今回の個別コンサルティングで、気づいたコト、修正が必要だと感じたコト、なるほど と思ったコト、ひらめいたコト、などなど
  - 総代理契約の条件について、早めにまとめる
  - アマゾンのセラーページからも、コンタクトをとるようにする
  - 考えうる全ての連絡チャネルからコンタクトをとる

BUPPAN

# 実録

総代理 × 単品通販

Session #9: 13-Feb-2020

# レビュー&フィードバックの日: 200213

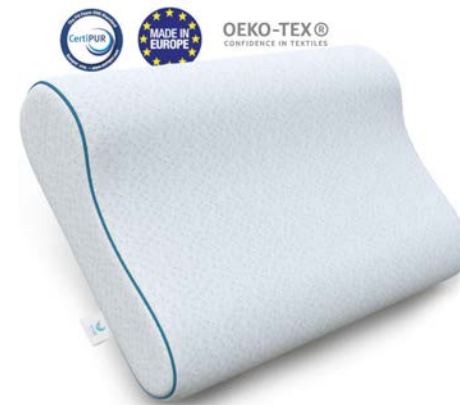
- 全体の進捗
  - 「枕」
    - 状況報告（メーカーとの状況）
    - ネクストアクションのご相談
  - 「Cot」
    - 状況報告（発送状況）
    - ネクストアクションのご相談
  - その他の新規
    - アプローチ中のマーケット

# レビュー&フィードバックの日: 200213

## → 枕

◆メーカー **Dreamzie (フランス)** <https://amzn.to/2tntvVn>

- 卸価格= 18 ユーロ (東京までの送料込み)
- 商品の特徴 (フランス)
  - ヨーロッパ製・フランスで売れている
    - ◆ 12月フランスアマゾンで2位→1位 価格36€→30€で1位
    - ◆ 1月現在フランスアマゾンで2位30€→48,07 €→45,79 €
    - ◆ ヨーロッパの検査基準を満たしている
  - 竹由来の素材を使用していて、通気性、消臭効果をウリにしている
- 進捗
  - 独占契約の条件について交渉中。
  - 年間販売数量を提示・ (パートナーとのトラブルで返信が遅れる) サンプルを見て再度議論しようとのこと
  - サンプルの発送済み (おそらく15日 (土) 到着予定)



## → Dreamzie 初年度販売数量想定

### ◆ 枕市場

- Amazon（上位3社） 800～1,400個/月
  - 楽天（上位3社） 800～1,200個/月
  - Amazon・楽天 最大19,200～26,400個/年
- 初年度楽天の攻略をメインとして、最終800個/月販売するとして、初年度としては、8,000個の販売を目標としてメーカーに申告

#### <販売目標>

- 1年目 8,000個
- 2年目 12,000個
- 3年目 20,000個



## → Cot

### ◆ メーカー **ALPIDEX** (UK・ドイツ) <https://amzn.to/2Z9wUIS>

- 1社交渉中 卸値 33.9ユーロ/3000個/年 中国から発送
- ドイツ/UKで販売 UKメーカー/登山用品が中心のメーカー
- 独占契約についてたくさん売ってくれたら可能とのこと (具体的数量は未定)

### ◆ 商品の特徴

- ドイツのローコットでは1番目に売れている ドイツ以外のヨーロッパでもローコットではALPIDEXが売れてる
- 耐荷重120Kg/商品重量1.8Kg (コンパクト収納) /軽量アルミニウム使用/ポリエステル生地/組み立て式
- サイズ190 x 67 x 16 cm / 収納サイズ 56 x 15cm/脚の本数 3箇所
- 軽くて、コンパクトに収納出来て、組み立てもしやすいと評価されている
- コンセプトはヘリノックスのローコット

### ◆ 進捗

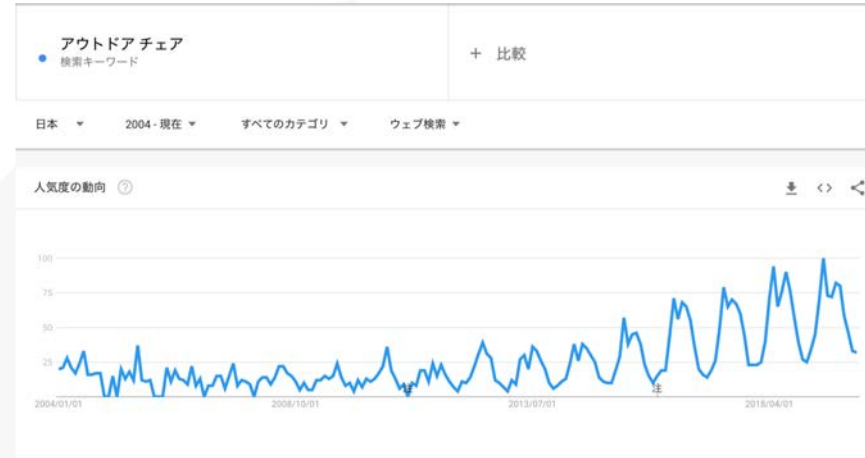
- サンプルの到着待ち (おそらく来週到着)
- サンプルを確認して、よければ独占契約の条件をまとめて、具体的な契約と販売の話を進める



## → その他新規アプローチ中商品

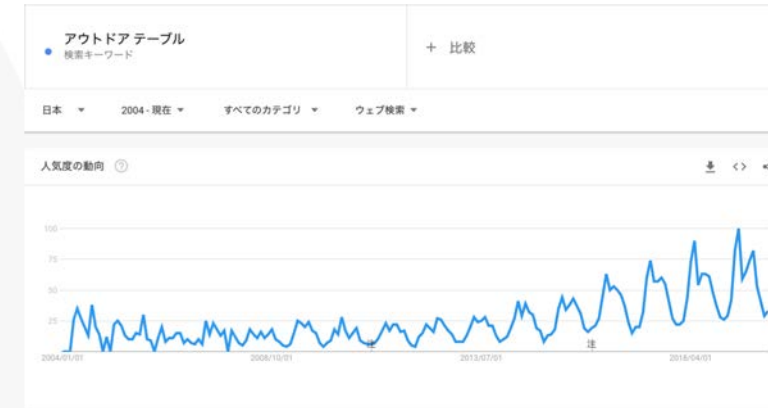
### ◆ アウトドアチェア

- 上位商品 200~300万



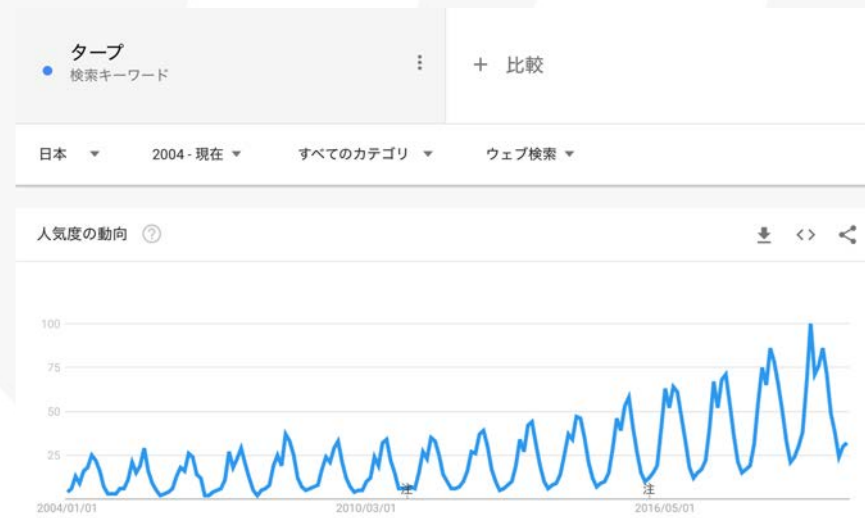
### ◆ アウトドアテーブル

- 上位商品 100~150万



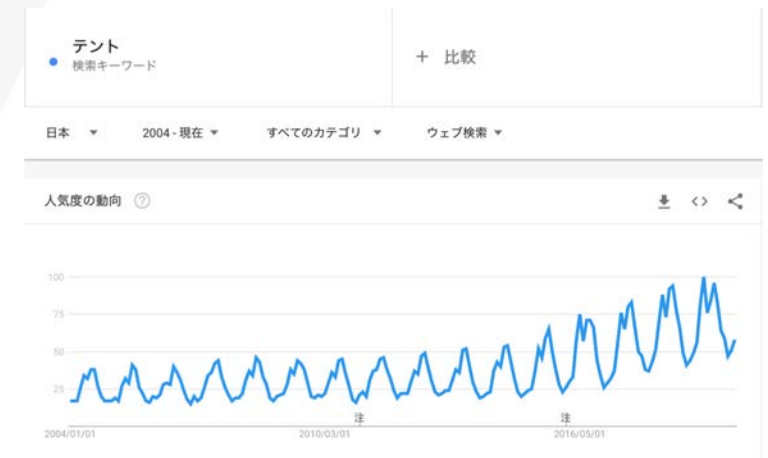
### ◆ タープ

- 上位商品 200~800万



### ◆ テント

- 上位商品 300~800万



# レビュー&フィードバックの日: 200213

- 着手日 : 2/7      ✕ 切日 : 2/27
- アクションアイテムの内容
  - Cot
    - ・ サンプルの確認・DODとの比較
    - ・ 総代理の条件を明確にする
    - ・ 販売切り口を明確にする
    - ・ 販売コンテンツを明確にする
    - ・ 契約条件を調整する
  - 枕
    - ・ サンプル確認・その他商品との比較
    - ・ 販売切り口を明確にする
    - ・ 販売コンテンツを明確にする
    - ・ 契約条件を調整する
- ゴール（何がどうなる、状況を目指す？）
  - ・ 総代理条件をまとめている
  - ・ 販売までのロードマップが出来ている

# レビュー&フィードバックの日: 200213

- 今回の個別コンサルティングで、気づいたコト、修正が必要だと感じたコト、なるほど と思っ  
たコト、ひらめいたコト、などなど
- 他者のサンプルも購入して体験してみる。体感して比較する
- どの価格帯の商品と同等なのかで、価格を決定する
- 「売れている理由とは何か？」という問い
- 「売れている理由」を重要度ごとに分けて、重要度の高い項目で圧倒的に勝てるか
- 過度な期待をせずに淡々と進める
- 店舗に行って話を聞く

BUPPAN

# 実録

総代理 × 単品通販

Session #10: 05-Mar.-2020

# レビュー&フィードバックの日: 200305

- 全体の進捗
- 「Cot」
- 状況報告
  - ・ サンプルの確認（総代理・競合）
  - ・ メーカーとの交渉状況
  - ・ 販売について
  - ・ ネクストアクションのご相談
- 「枕」
  - ・ 状況報告
    - サンプルの確認（総代理・競合）
    - メーカーとの交渉状況
    - 販売について
  - ・ ネクストアクションのご相談

## → Cot

### ◆ メーカー **ALPIDEX** (ドイツ) <https://amzn.to/2Z9wUIS>

- 卸値 33.29€/3000個/年 中国から発送
- ドイツ/UK/カナダ/スペイン/イタリア/フランスヨーロッパ全土 /登山用品が中心
- 2006年創業

### ◆ 商品の特徴

- ヨーロッパ各国で一番売れているローコット
- 耐荷重120Kg/商品重量1.8Kg (コンパクト収納) /超超ジュラルミン/ポリエステル生地/組み立てが簡単
- サイズ190 x 67 x 16 cm / 収納サイズ 56 x 15cm/脚の本数 3箇所
- 軽くて、コンパクトに収納出来て、組み立てもしやすいと評価されている
- コンセプトはヘリノックス (韓国) のローコット

### ◆ 進捗

#### ● サンプルを確認、競合DODとの比較→商品の品質は非常に良いことを確認

- テコの原理を使ったソケットアーム→少ない力で設営・解体が簡単に出来る
- 寝心地について、キシキシ音がなく、安定しており、生地の張りも維持
- サイドポールがスムーズに着脱出来、設営・解体がスムーズ。

#### ● 初年度3000-4000個販売で独占販売権OKもらう→契約書の送付

#### ● メーカー、商品情報を確認

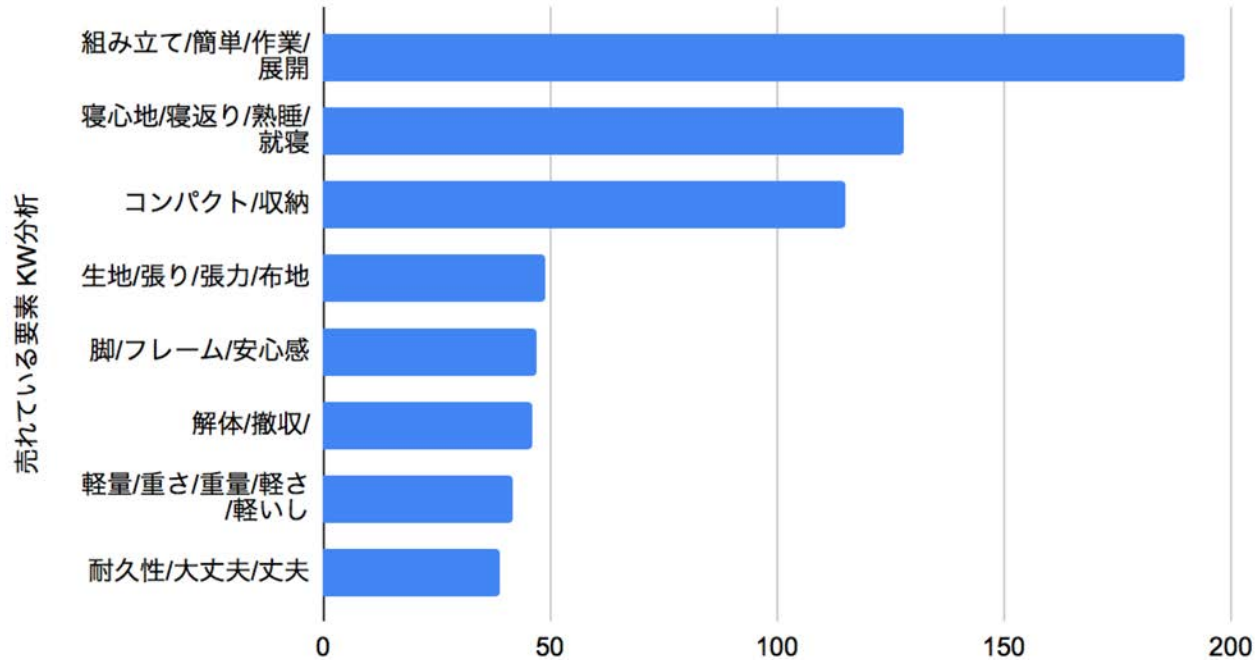
#### ● 他にも商品あるから売って！という感じで積極的。やりとりしやすい。

- 以前からリサーチしていた折りたたみテーブルも評価が良いので、Cotが立ち上がったならテーブルもやってみたい

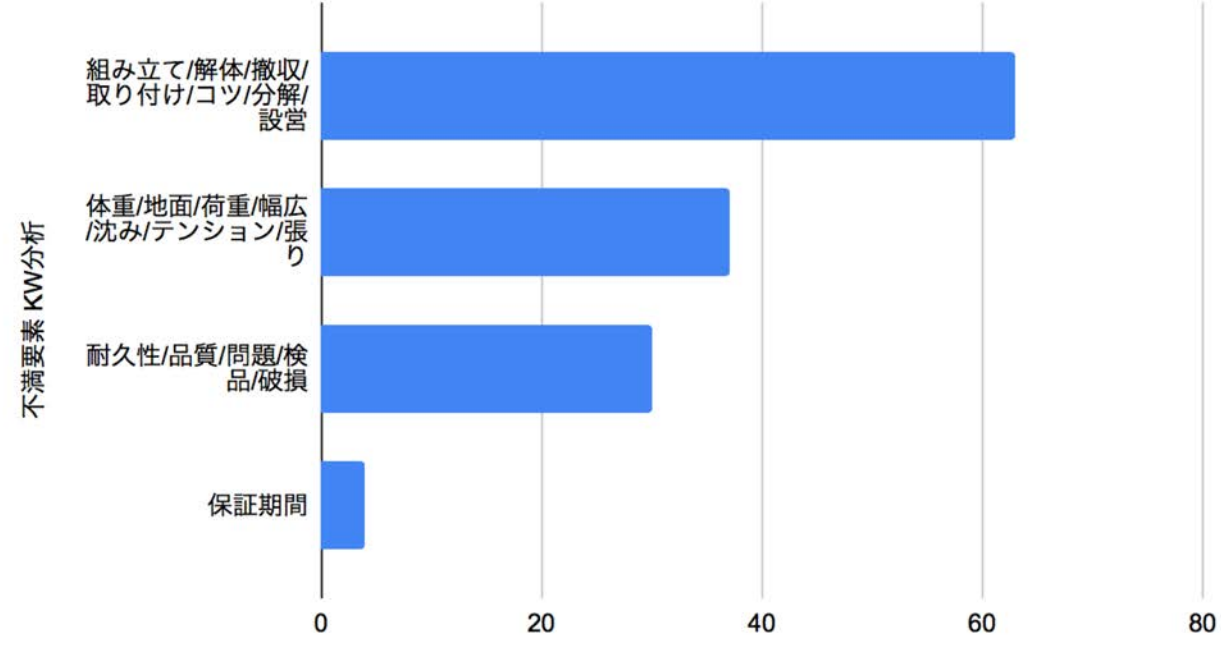


# → Cot 売れている理由分析～レビューテキストマイニングによるウェイトづけ～

## 売れている要素 KW分析



## 不満要素 KW分析



→ Cot サンプル確認 見た目と大きさ



## → Cot サンプル確認 設営・解体が簡単・安全

### ◆ポールとフレームのドッキングが簡単・安全

- ソケット・アーム部分がテコの原理で小さい力で、設営が可能
- ボタンを押すだけで、ワンタッチでアームの解体が可能

### ◆布とポールの設営が簡単

- ポールを通す布の部分が広く、ポールの着脱が簡単

### ◆しっかりしたフレームで安定感があり、キシキシ言わない

### ◆軽い・収納もしやすい

### ◆布がしっかりと張れて、変に沈んだりしない

→ Cot サンプル確認 ソケット・アーム部分の違い



## → Cot サンプル確認 ソケット・アーム部分



アーム部分に特に名前はないらしい  
→  
「ワンタッチ・レバレッジドアーム」  
または  
「ワンタッチ・レバレッジアーム」  
という名前をつけて、検索されるくらいにしたい

テコの原理を使った他社商品はあるが、  
両端のつまみを押すだけで簡単に外れるようなものはない！

**ALPIDEXは着脱が驚くほど簡単！**

## → Cot サンプル確認 DODソケット・アーム部分による負傷



他にも全体の8割以上のレビューで、  
設営と解体が大変という内容が入っている

圧倒的にポールとフレームのドッキングが大変

だーしま

★★★★☆ 寝心地最高。組み立て、片付けがちと面倒  
2019年9月20日に日本でレビュー済み

色: ベージュ | Amazonで購入

組み立て時に足をフレームを繋ぐ部分に手の肉をはさみ、プチッと持っていけました。  
でも寝心地はとても良いです。おすすめです。女性は組み立て、分解辛いと思います。

アマゾン太郎二郎

☆☆☆☆☆ 軽量女子にはムリ。  
2018年4月23日に日本でレビュー済み  
色: ベージュ

脚がボディにはめられません。体重をかけて幅を合わせるのですが、それが軽量女子にはムリです。  
大後悔しました。

8人のお客様がこれが役に立ったと考えています

Amazon カスタマー

☆☆☆☆☆ 返品したいです  
2019年1月14日に日本でレビュー済み  
色: ベージュ | Amazonで購入

ソロキャンプ好きの女性です。初代のコットが気に入っていたので、軽くなったこのコットを購入しました。組み立て方は初代と同じで難なく出来ましたが、解体がどうしても無理です。動画サイトや口コミでコツを書いてらっしゃる方のやり方などすべて試みましたがダメで手が痛くなってフローリングに傷が付きまして。仕方なくドライバーでネジを外して解体しましたが、キャンプで使うのを楽しみにしていたのに…返品したいです。

98人のお客様がこれが役に立ったと考えています

→ Cot サンプル確認 ポールの設営解体のしやすさの違い



→ Cot サンプル確認 設営フルバージョン



→ Cot サンプル確認 解体フルバージョン



# → Cot 売れている理由分析 競合比較

◆ [比較表参照](#)



耐荷重:200kg+  
1年間の保証



1.3kg

5色



## → Cot 切り口

- ◆ 「ドイツ発・ヨーロッパ全土で最も売れているローコット（キャンピングベッド）」
  - 独自規格の【ワンタッチ・レバレッジドアーム】により、簡単・安全に設営・解体が可能
  - 不快なキシキシ音がしない安定感・一流アイテムの生地での張り、最高レベルの寝心地を実現
  - 航空機の資材にも使用されるアルミニウム合金の最高峰・超々ジュラルミンA7075を使用、高耐久性と超軽量化の両立を実現

## → Cot ペルソナ

- ◆ビギナーとして手軽に始めたいけど失敗もしたくない、キャンプブームで最近始めたソロキャンパー、ツーリングキャンパー向け。
- ◆こだわった本格派だからこそ一周回って、セカンドアイテムとしての小慣れたコスパアイテムが欲しくなる、ベテランキャンパー向け。  
(1周目はコールマンやヘリノックス、スノーピークなどこだわりのおしゃれアイテムで揃えたけど、セカンドアイテムはコスパ重視でいこうかな)

# → ALPIDEX Ultra-light Cotのウリ

## ◆ メーカー権威

- ドイツブランド
- ドイツ登山メーカーとしての厳しい安全基準 国際機関UIAA
- 世界的認証機関TÜV認定メーカー
- AHAB-Academieへのサプライヤー
- DAV LandesverbandBaden-Württembergのスポンサーパートナー
- ヨーロッパ全土で販売されている
- 登山系実店舗でも販売されている

## ◆ 設営・解体が簡単

- 「ワンタッチ・レバレッジアーム」でワンタッチで小さい力で、着脱が可能。テント内でも設営が可能。安全設営。
- サイドポールの布の幅が広いので、サイドポールの着脱が非常に簡単。

## ◆ 寝心地の良さ

- 幅が広い。また広すぎもしないため、テント内にも出し入れが簡単。
- キシキシ言わない安定感。
- しっかりとした生地の張り。
- 地面からも適度な高さ、縦の長さ。身長が高い人でも寝やすい。

## ◆ 軽量・コンパクト収納

- 1.8Kgと非常に軽い
- コンパクトに収納ができる
- 収納袋への収納もタイト過ぎずに簡単に収納できる。
- アルミ最高素材 A7075超々ジュラルミンを使用し、軽量と硬度を実現
- 収納袋にフックがあり、バイクへの固定、小物をつける、リュックへの固定に非常に便利
- 収納袋のファスナーがYKK。収納袋も長期で保管可能

## ◆ 安定感・耐久性・耐荷重量

- 耐久性が高い。A7075の強度。フレームの太さ。フレームの形状。
- 脚に滑り止めグリップ付きで安定する。グラグラしない。滑らない。地面の形状を選ばず、安定する。
- 耐荷重量120Kg

## ◆ その他

## → ALPIDEX メーカーの権威付け

### ◆ TÜV認定メーカー（2012～）

- 技術、安全、証明サービスに関する世界第7位<sup>[1]</sup>の認証機関



### ◆ AHAB-Academieの協力パートナーおよびサプライヤー（2013～）

- ◆ ドイツのヘルスケアアカデミー



### ◆ DAV Landesverband Baden-Württembergの スポンサーパートナー

- Deutsche Alpenverein eV (DAV) k w k 協会



### ◆ UIAA（国際登山および登山連盟）のメンバーであり、登山用具の厳しいセキュリティ基準の遵守を管理（2013～）

- 国際山岳連盟
- k w
- クライミングツールの国際的な安全基準UIAA Safety Label（UIAA安全基準＝UIAA規格）
- UIAA Safety Labelは、クライマーがツールを選ぶ際に信用度をはかる基準の一つになっています。
- 国際基準の厳しいセキュリティ基準を満たした登山用具を作るメーカーが作成したコット



## → Cot コンテンツ (Amazon)

- 1) サムネイル
- 2) 権威付け/コンテンツのまとめ (表紙)
  - a) ドイツ発トレッキングブランド
    - i) 表彰・提携・メディア・SNS
  - b) ヨーロッパ全土での売れてる実績
  - c) コンテンツまとめ
- 3) 設営・解体の簡単さ
  - a) **独自規格ワンタッチレバレッジドアーム**
  - b) 設営・解体の手順
  - c) 部品の構成
- 4) 寝心地の良さ
  - a) **安物にありがちなキシキシ音がない**
  - b) 横幅が広い (\*ただし広すぎないテントの弊害)
  - c) 生地張り (一流ブランドの張り、沈みすぎない)
  - d) 地面からの高さ (低すぎず冷気、暑さ対策)
  - e) 安定性 (素材・構造)
- 5) 軽量・コンパクト収納
  - a) 軽量 何グラム重さのわかりやすい比較
  - b) コンパクト 大きさのわかりやすい比較
  - c) **A7075超々ジュラルミン (硬度と軽量)**
- 6) 耐久性・耐荷重量
  - a) 耐久性がある
  - b) 耐荷重量 120gとある
- 7) スペック・使用シーンイメージ
  - a) サイズスペック (展開・収納)
  - b) 重量
  - c) 使用シーン (ツーリング収納・テント外・テント内・ビーチ)
  - d) 海外のSNSのシーン (あればインスタ系)

### 商品紹介コンテンツ

- \* プロモーションの動画
- \* 設営・解体動画

# → Cot コンテンツ (楽天)

## 1) サムネイル

- a) 権威づけ
- b) ランキング
- c) UK国旗
- d) 使用シーン

## 2) 権威付け/コンテンツのまとめ (表紙)

- a) UK発信頼の老舗トレッキングブランド
- b) ヨーロッパ全土での売れてる実績
- c) コンテンツまとめ

## 3) エアマット・銀マットとの比較

- a) マットに比べてCotを使用するメリット

## 4) 寝心地の良さ

- a) 安物にありがちなキシキシ音がない
- b) 横幅が広い (\*ただし広すぎないテントの弊害)
- c) 生地への張り (適度で、沈みすぎない)
- d) 地面からの高さ (低すぎず冷気、暑さ対策)
- e) 安定性 (素材・構造)

## 6) 軽量・コンパクト収納

- a) 軽量 何グラム重さのわかりやすい比較
- b) コンパクト 大きさのわかりやすい比較
- c) A7075超々ジュラルミン (硬度と軽量)

## 7) 設営・解体の簡単さ

- a) 独自規格ワンタッチレバレッジドアーム
- b) 設営・解体の手順
- c) 部品の構成

## 8) 耐久性・耐荷重量

- a) 耐久性がある
- b) 耐荷重量 120gとある

## 9) スペック・使用シーンイメージ

- a) サイズスペック (展開・収納)
- b) 重量
- c) 使用シーン (ツーリング収納・テント外・テント内・ビーチ)
- d) 海外のSNSのシーン (あればインスタ系)

\* プロモーションの動画

\* 説明書→QRコード→設営・解体YOUTUBE

## → Cot 販売戦略 キーワードの検索上位奪取のための日販

Main KW	日販（個）	Google検索ボリューム	Google CPC
コット	3	18,100	18.65
折りたたみベッド	6	40,500	31.17
おりたたみベッド	3	10	0
簡易ベッド	2	12,100	27.22
コット キャンプ	3	1,900	18.02
キャンプコット	3	4,400	18.05
キャンプベッド	6	5,400	18.03

- 日販3~6個で、主要なメインキーワードの検索1ページ目に掲載されると考えられる。
- 1番売れているDODは、セラーズプライトの情報が正しければ、月間アクセス数が1,200万アクセスある。
- 検索の上位KWは、DODの指名検索で**検索数の4%程度**を占めるが、指名検索のCVRは高いものと考えられる。なぜなら、DODはその他のメインキーワードでは検索上位には表示されず、せいぜい1ページ目の後半に表示されている状況。

→

- Amazon内の検索上位表示だけでは、勝てない可能性がある。コストが合う限り、外部からのアクセス獲得も検討する必要があるかもしれない。

# → Cot 価格設定と損益分岐点 (Amazon)

## ◆ 損益分岐点計算参照

単価	販売目標 (個数)	製品原価	変動費
12,000	3,000	4,943	3,229
目標売上高 (A)		36,000,000	
売上原価 (B)		14,828,262	
変動費合計 (C)		9,687,000	
売上総粗利 (A - B - C = D)		11,484,738	
売り方=マーケティング	商品開発費	50,000	※商標権
	広告費	100,000	
	販売拡張費	0	
	販促費	20,000	
	広報費	0	
	調査費	30,000	
	総額 (E)	200,000	※サンプル購入
粗利率	(D / A)	31.90%	
利益率	(F / A)	31.35%	
経常利益	(D - E = F)	11,284,738	※税引前

固定費	200,000					
単位あたり変動費	8,172		0	0	200,000	-200,000
単価	12,000		10	120,000	281,718	-161,718
販売個数の単位	10		20	240,000	363,435	-123,435
損益分岐点	52		30	360,000	445,153	-85,153
			40	480,000	526,870	-46,870
			50	600,000	608,588	-8,588
			60	720,000	690,305	29,695
			70	840,000	772,023	67,977
製品原価	4,943		80	960,000	853,740	106,260
仕入単価(€)	34		90	1,080,000	935,458	144,542
仕入単価(円)	4,136	※1€=122円	100	1,200,000	1,017,175	182,825
関税	124	※3%想定	110	1,320,000	1,098,893	221,107
消費税	414	※10%	120	1,440,000	1,180,610	259,390
国際送料	85	※0.7€	130	1,560,000	1,262,328	297,672
			140	1,680,000	1,344,046	335,954
国内送料	50	※外部倉庫間送料	150	1,800,000	1,425,763	374,237
外部保管料	100	※納品代行	160	1,920,000	1,507,481	412,519
			170	2,040,000	1,589,198	450,802
			180	2,160,000	1,670,916	489,084
変動費	3,229		190	2,280,000	1,752,633	527,367
			200	2,400,000	1,834,351	565,649
販売手数料	1,200	※Amazon10%				
送料	778	※Amazon大型				
CPC広告	1,200	※10%				
FBA保管料	51	※FBA				

# → Cot 価格設定と損益分岐点（楽天）

## ◆ 損益分岐点計算参照

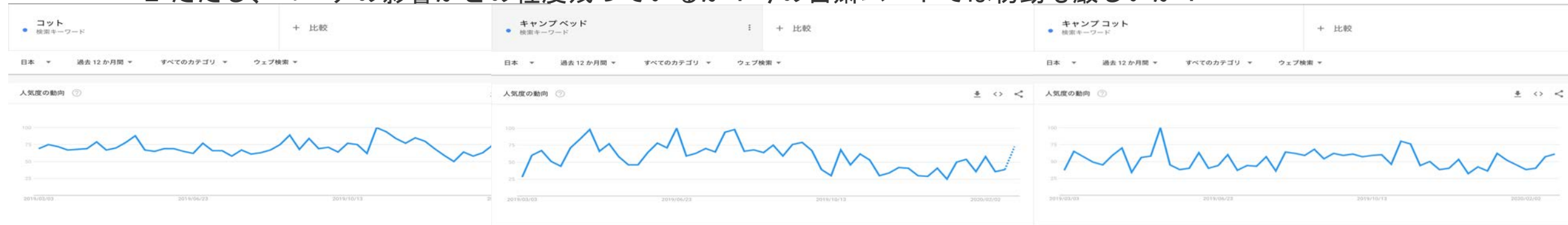
単価	販売目標（個数）	製品原価	変動費
12,000	3,000	4,858	3,101
目標売上高（A）		36,000,000	
売上原価（B）		14,574,148	
変動費合計（C）		9,303,000	
売上総粗利（A - B - C = D）		12,122,852	
売り方＝マーケティング	商品開発費	50,000	※商標権
	広告費	100,000	
	販売拡張費	0	
	販促費	20,000	
	広報費	0	
	調査費	30,000	※サンプル購入
	総額（E）	200,000	
粗利率	(D / A)	33.67%	
利益率	(F / A)	33.12%	
経常利益	(D - E = F)	11,922,852	※税引前

固定費	200,000		
単位あたり変動費	7,959		
単価	12,000		
販売個数の単位	10		
損益分岐点	49		
製品原価	4,858		
仕入単価(€)	33		
仕入単価(円)	4,061	※1€=122円	122
関税	122	※3%想定	3
消費税	406	※10%	
国際送料	85	※0.7€	0.7
国内送料	50	※外部倉庫間送料	50
外部保管料	100	※納品代行	100
変動費	3,101		スポアウ
販売手数料	1,200	※楽天10%	10
送料	600	※楽天中型	600
CPC広告	1,200	※10%	10
FBA保管料	101	※FBA	101
楽天小型460円 * 利益率33.12%→34.29%			

販売単位	売上	合計金額	損益
0	0	200,000	-200,000
10	120,000	279,590	-159,590
20	240,000	359,181	-119,181
30	360,000	438,771	-78,771
40	480,000	518,362	-38,362
50	600,000	597,952	2,048
60	720,000	677,543	42,457
70	840,000	757,133	82,867
80	960,000	836,724	123,276
90	1,080,000	916,314	163,686
100	1,200,000	995,905	204,095
110	1,320,000	1,075,495	244,505
120	1,440,000	1,155,086	284,914
130	1,560,000	1,234,676	325,324
140	1,680,000	1,314,267	365,733
150	1,800,000	1,393,857	406,143
160	1,920,000	1,473,448	446,552
170	2,040,000	1,553,038	486,962
180	2,160,000	1,632,629	527,371
190	2,280,000	1,712,219	567,781
200	2,400,000	1,791,810	608,190

# ● Cot 販売戦略 初回発注数

- 通常納期：4-5週間 (Delivery within about 4-5 weeks directly from china.) →6-8週間 (今の状況) 遅れる可能性あり
- 季節性：4~5月の行楽シーズンで需要が大きくなる 7-8月の夏場、9-10月秋も売れる傾向
  - ただし、コロナの影響がどの程度残っているか？今の自粛ムードでは初動も厳しいか？



- DOD2019.4-5販売実績 (409-444個) /DESERT WALKER (257-346個)
- DODの現時点での販売数量は450-500個程度と推測されて、今年の4-5月にかけてはさらに売れると想定される。(市場規模の拡大と商品のポジションから)
- 上記を踏まえて、Amazonの上位ポジションを狙って行くのであれば、2ヶ月分として、**800-1000程度在庫を持つこと**が、在庫確保の安全圏内と考えられる。
- 懸念点：すぐに立ち上がるか？カラバリなしで行けるか？検索上位だけで月400個以上売れるか？
- シナリオ：Amazonでスムーズに立ち上がらない→楽天・ヤフショにも同時出品して回転数をあげる

## ● Cot 販売戦略 資金繰り（初回1000個の発注の場合）

- 初回発注時  $4,800 \times 1000 \times 0.5 = 2,400,000$
- 納品時  $4,800 \times 1000 \times 0.5 = 2,400,000$
- 追加発注  $4,800 \times 500 \times 0.5 = 1,200,000$
- 追加納品時  $4,800 \times 500 \times 0.5 = 1,200,000$
- 初期入金  $12,000 \times 200 \times 0.6 = 1,440,000$ （ざっくり概算）
- 2回目以降の入金  $12,000 \times 250 \times 0.6 = 1,800,000$ （ざっくり概算）
- 16周目（約4ヶ月目）で累積CFがプラスに転じる想定
- 一番キャッシュアウトするのが、7~8週目でMax480万円と想定

week	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
発注数	1000									500			500			500			500			500	
倉庫在庫							1000				500		500			500			500			500	
支払い	240						240			120			120			120			120			120	
入金									144		180		180		180		180		180		180		180
CF	-240	0	0	0	0	0	-240	0	144	-120	180	0	60	0	180	-120	180	0	60	0	180	-120	180
累積CF	-240	-240	-240	-240	-240	-240	-480	-480	-336	-456	-276	-276	-216	-216	-36	-156	24	24	84	84	264	144	324

# Cot 今後の動き

- 初期発注
- 商標権の取得の動き（発注後に話合う）
- 契約書の確定
- 外部倉庫（FBAシール・初期検品・保管）
- 商品の写真撮影
- 商品ページ作成（Amazon・楽天・ヤフショ）
- 商品ページコピーの作成
- 検索キーワードの設定
- 初動の広告について検討

# Cot 相談事項

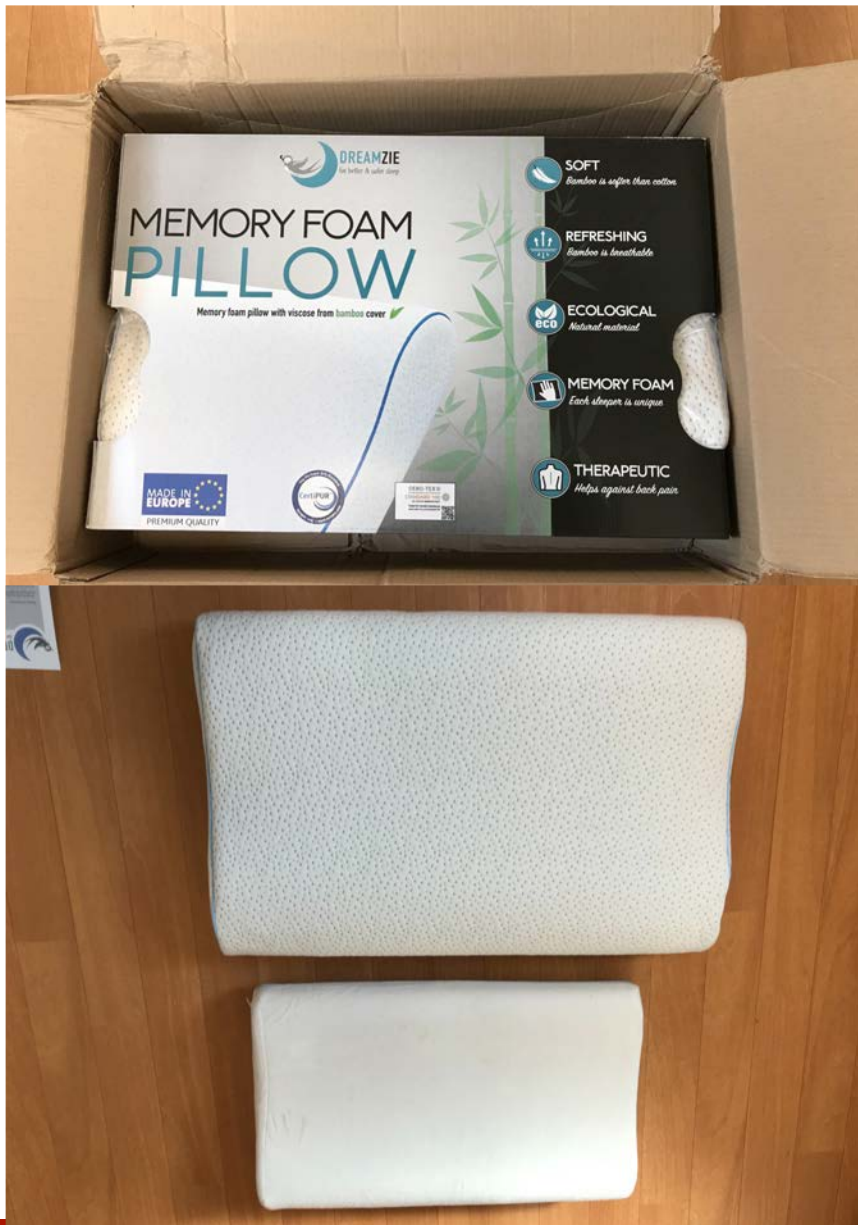
## □ 販売方針

- 切り口、ペルソナについて
- 初期発注量について
- 価格設定について
- 初動の広告運用について

## □ 販売ページ

- 商品ページ構成
- 商品ページコピー
- 写真の構成
- 写真をどこでとるか

# → 枕 サンプル確認 見た目と大きさ



マニフレックス 18000円

ドリームジー(Dreamzie)

← ニトリ 2000円 流石に2000円のニトリとは全く違う反発力  
頭を置いた感触は高級枕のマニフレックスにかなり近い

# レビュー&フィードバックの日: 200305

## → 枕

### ◆メーカー Dreamzie (フランス) <https://amzn.to/2tntvVn>

- 卸価格= 18 ユーロ (東京までの送料込み)
- 商品の特徴 (フランス)

- ヨーロッパ製・フランスで売れている
  - ◆ 12月フランスアマゾンで2位→1位 価格36€→30€で1位
  - ◆ 1月フランスアマゾンで2位30€→48,07 €→45,79 €
  - ◆ 2月新規ページで再スタート 34€

### ● 進捗

- サンプルを確認・他社商品との比較→マニフレックスに非常に近い寝心地 (マニフレックスよりは若干固めで低反発より、テンピュールよりは柔らかく高反発より)
- 初回発注数を聞かれたので、テストマーケで100個と伝えたら、返信がしばらく途絶える。。。
- 1度の発注で40FTで2000個の価格で18€ (商品+送料) (約440万円)
- 今まで卸をやったことがないので、レスポンスが遅くなってしまっている。10日以内に別の担当者も1人つけて今後はチームで対応してもらえるとのこと。



# → 枕 サンプル確認 比較

高反発（圧力に対して戻りが早い）



エア・トスカーナ

柔らかめ

硬め

TEMPUR  
オリジナルネックピロー



低反発（圧力に対して戻りが遅い）

- ・ マニフレックスとテンピュールの間でマニフレックス寄りの感触
- ・ 最初の感触では、マニフレックスとの違いが分からないくらいだったが、意識するとマニフレックスよりも硬めで低反発より

## → Dreamzieメーカーの権威付け

### ◆ Made-in EUROPE FRANCEメーカーのハイクオリティロー

- FR,UK,DE,ES,ITにて販売
- ベストセラーも
- レビュー 圧倒的高評価 (過去のバッドレビューの大部分が圧縮パッケージによるものだったが改善された)

### ◆ CertiPUR

- サーティピュア(CertiPUR)は、ベッドや布張り家具類に使われるポリウレタンフォームの、環境面・健康面・安全性に関し自主検査、分析および認定を行うためのプログラムです。このプログラムは、ポリウレタンフォーム製造に使用できない物質を指定し、特定の成分に対し厳格な上限を設定しています。

### ◆ Oeko-Tex Standard 100

- 世界トップレベルの安全な繊維製品の証



## → Dreamzie 売れている理由分析

- ◆ 首の痛み、頸部変形性関節症、頸椎椎間板ヘルニアなどの首の問題を抱える方が、痛みの軽減を期待して購入している
- ◆ 横向き、仰向きいずれもフィットして寝心地が良い
- ◆ 人間工学に基づき正しい軌道を確認、いびきの軽減を期待して購入
- ◆ 背骨をまっすぐに保つことで、背中の痛みを軽減することを期待して購入
- ◆ 幅が広く、大きいため寝返りしやすく、頭が枕から落ちない
- ◆ 高さは少し高めで、9cmと11cmの2通りの高さがあり、自分の首と頭の状態で調節をすることができる
- ◆ 信頼のヨーロッパ製（フランス？）で安心感がある
- ◆ Oeko TexとCertipurの2つの認証を取っており、天然素材を使用した化学物質なし、有害物質なしの安心感がある
- ◆ 竹繊維の枕カバーが柔らかく、取り外し洗濯可能で清潔感がある
- ◆ セラーのアフターフォローがユーモアに溢れており、秀逸で親しみをもてる
- ◆ パッケージも綺麗。通気性あり。保証期間2年間（カバーを洗うと返品できない）



## → Dreamzie 枕のウリ

### ◆ メーカー権威

- フランスブランド ヨーロッパ製
- Oeko Tex認証
- Certipur認証
- ヨーロッパ全土で売れている
- フランスでベストセラーを取った

### ◆ 適度な反発力・高級枕と遜色ない品質

- イタリア製高級枕マニフレックスに近い感触
- 密度40Dのメモリーフォーム（高級高反発マットレスの基準密度30D以上を上回る密度）
- 9cm と 11cm という2つの高さに対応
- 自然な寝返りも安心の大きさ
- 人間工学に基づいたデザインで、自然な頚椎の角度を実現
- 体重分散で圧力を分散し、首や肩への負担を軽減する

### ◆ 天然竹繊維・自然で優しい肌触り

- 天然竹繊維の素材を使用しており、柔らかく、気持ちよい。有害物質が含まれないので、長時間肌に触れても安心、安全。

## → 枕 理想のコンテンツ（Amazon・楽天）

- 1) サムネイル
  - 2) 権威付け/コンテンツのまとめ（表紙）
    - a) Made inヨーロッパの信頼のフランス枕
    - b) フランスで最も売れている（販売実績）
    - c) 2つの厳しい認証実績(Oeko Tex・Certipur)
    - d) 首・肩の痛みの軽減/特徴まとめ
  - 3) 首・肩への負担・痛みの軽減
    - a) 就寝時の首の理想的な角度を保つ構造
    - b) 人間工学に基づいた設計
  - 4) 高品質ラテックス素材で高い寝心地の良さ
    - a) 柔らかくて寝心地が良い
    - b) ラテックス素材とは
    - c) 作りが大きく寝返りがしやすく、落ちない
  - 5) 気道確保によるいびきの軽減
    - a) 理想的な首の角度を保つ
    - b) 2通りの高さ（9cm・11cm）自分にあった高さ
  - 6) MADE in ヨーロッパと2つの認証
    - a) MADEinヨーロッパ/フランス中心にヨーロッパ全土で売れている
    - b) 2つの認証の価値
    - c) 有害化学物質ゼロ、天然素材使用
  - 7) スペック・使用シーンイメージ
    - a) サイズスペック
    - b) 使用前の注意点（素材の特徴）
      - i) カバーを洗う
      - ii) 最大48時間の再膨張
      - iii) 24時間以上の換気
    - c) 返品について
- \* プロモーションの動画
- \* 説明書→QRコード→お客様サポート

# → 枕 価格設定と損益分岐点 (Amazon)

## ◆ 損益分岐点計算参照

単価	販売目標 (個数)	製品原価	変動費
9,800	4,000	2,649	3,555
目標売上高 (A)		39,200,000	
売上原価 (B)		10,597,920	
変動費合計 (C)		14,220,000	
売上総粗利 (A - B - C = D)		14,382,080	
売り方=マーケティング	商品開発費	50,000	※商標権
	広告費	200,000	
	販売拡張費	0	
	販促費	50,000	
	広報費	0	
	調査費	50,000	※サンプル購入
	総額 (E)	350,000	
粗利率	(D / A)	36.69%	
利益率	(F / A)	35.80%	
経常利益	(D - E = F)	14,032,080	※税引前

固定費	350,000		
単位あたり変動費	6,204		
単価	9,800		
販売個数の単位	10		
損益分岐点	97		
製品原価	2,649		
仕入単価(€)	18		
仕入単価 (円)	2,196	※1€=122円	122
関税	66	※3%想定	3
消費税	220	※10%	
国際送料	0	※0.7€	0
国内送料	50	※外部倉庫間送料	50
外部保管料	100	※納品代行	100
変動費	3,555		ホーム
販売手数料	1,470	※Amazon15%	15
送料	905	※Amazon大型	905
CPC広告	980	※10%	10
FBA保管料	200	※FBA冬季30日	200

販売単位	売上	合計金額	損益
0	0	350,000	-350,000
10	98,000	412,045	-314,045
20	196,000	474,090	-278,090
30	294,000	536,134	-242,134
40	392,000	598,179	-206,179
50	490,000	660,224	-170,224
60	588,000	722,269	-134,269
70	686,000	784,314	-98,314
80	784,000	846,358	-62,358
90	882,000	908,403	-26,403
100	980,000	970,448	9,552
110	1,078,000	1,032,493	45,507
120	1,176,000	1,094,538	81,462
130	1,274,000	1,156,582	117,418
140	1,372,000	1,218,627	153,373
150	1,470,000	1,280,672	189,328
160	1,568,000	1,342,717	225,283
170	1,666,000	1,404,762	261,238
180	1,764,000	1,466,806	297,194
190	1,862,000	1,528,851	333,149
200	1,960,000	1,590,896	369,104

# → 枕 価格設定と損益分岐点 (楽天)

## ◆ 損益分岐点計算参照

単価	販売目標 (個数)	製品原価	変動費
9,800	4,000	2,649	2,730
目標売上高 (A)		39,200,000	
売上原価 (B)		10,597,920	
変動費合計 (C)		10,920,000	
売上総粗利 (A - B - C = D)		17,682,080	
売り方=マーケティング	商品開発費	50,000	※商標権
	広告費	200,000	
	販売拡張費	0	
	販促費	50,000	
	広報費	0	
	調査費	50,000	※サンプル購入
	総額 (E)	350,000	
粗利率	(D / A)	45.11%	
利益率	(F / A)	44.21%	
経常利益	(D - E = F)	17,332,080	※税引前

固定費	350,000		
単位あたり変動費	5,379		
単価	9,800		
販売個数の単位	10		
損益分岐点	79		
製品原価	2,649		
仕入単価(€)	18		
仕入単価 (円)	2,196	※1€=122円	122
関税	66	※3%想定	3
消費税	220	※10%	
国際送料	0	※送料込み	0
国内送料	50	※外部倉庫間送料	50
外部保管料	100	※納品代行	100
変動費	2,730		ホーム
販売手数料	980	※楽天10%	10
送料	600	※楽ロジ中型	600
CPC広告	980	※10%	10
FBA保管料	170	※楽ロジ	170

販売単位	売上	合計金額	損益
0	0	350,000	-350,000
10	98,000	403,795	-305,795
20	196,000	457,590	-261,590
30	294,000	511,384	-217,384
40	392,000	565,179	-173,179
50	490,000	618,974	-128,974
60	588,000	672,769	-84,769
70	686,000	726,564	-40,564
80	784,000	780,358	3,642
90	882,000	834,153	47,847
100	980,000	887,948	92,052
110	1,078,000	941,743	136,257
120	1,176,000	995,538	180,462
130	1,274,000	1,049,332	224,668
140	1,372,000	1,103,127	268,873
150	1,470,000	1,156,922	313,078
160	1,568,000	1,210,717	357,283
170	1,666,000	1,264,512	401,488
180	1,764,000	1,318,306	445,694
190	1,862,000	1,372,101	489,899
200	1,960,000	1,425,896	534,104

BUPPAN

# 実録

総代理 × 単品通販

Session #10: 26-Mar.-2020

# レビュー&フィードバックの日: 200326

- 全体の進捗
- 「Cot」
- 状況報告
  - ・ メーカーとの交渉状況（コロナペンディング）
  - ・ クリエイティブについて
  - ・ ネクストアクションのご相談
- 「枕」
  - ・ 状況報告
    - 。 メーカーとの交渉状況（コロナペンディング）
      - 。 3月中旬頃、現状大変な状況なので、おそらく1ヶ月ほど、プロジェクトをストップしますとのこと
  - ・ ネクストアクションのご相談

## → Cot

### ◆ メーカー **ALPIDEX** (ドイツ) <https://amzn.to/2Z9wUIS>

- 卸値 33.29€/3000個/年 中国から発送
- ドイツ/UK/カナダ/スペイン/イタリア/フランスヨーロッパ全土 /登山用品が中心
- **2006年創業**

### ◆ 商品の特徴

- ヨーロッパ各国で一番売れているローコット
- 耐荷重120Kg/商品重量1.8Kg (コンパクト収納) /超超ジュラルミン/ポリエステル生地/組み立てが簡単
- サイズ190 x 67 x 16 cm / 収納サイズ 56 x 15cm/脚の本数 3箇所
- 軽くて、コンパクトに収納出来て、組み立てもしやすいと評価されている
- コンセプトはヘリノックス (韓国) のローコット

### ◆ 進捗

- 契約書についてメーカーの法務でチェック中
- 初期発注 300個ということで伝える (倉庫などの確認)
- その後音信不通 (3月中旬頃から) おそらくコロナウイルスの影響で出社もできていない可能性あり



BUPPAN

# 実録

総代理 × 単品通販

Session #11: 17-April.-2020

# レビュー&フィードバックの日: 200417

- 全体の進捗
- 「Cot」
- 状況報告
  - ・ メーカーとの交渉状況
    - 緊急的な状況・5/3まではドイツ全土でロックダウン・アマゾンにも在庫なし
  - ・ クリエイティブについて
- 「枕」
  - ・ 状況報告
    - メーカーとの交渉状況
      - 緊急的状況・5/11までロックダウン・アマゾンにも在庫なし
    - クリエイティブについて

BUPPAN

# 実録

総代理 × 単品通販

Session #12: 15-May.-2020

# レビュー&フィードバックの日: 200511

- 全体の進捗
- 「Cot」
- 状況報告
  - ・ メーカーとの交渉状況
    - 進捗なし・5/11からロックダウン緩和・徐々に経済活動
  - ・ クリエイティブについて
- 「枕」
  - ・ 状況報告
    - メーカーとの交渉状況
      - 進捗なし・5/11からロックダウン緩和・徐々に経済活動

BUPPAN

# 実録

総代理 × 単品通販

Session #13: 8-June.-2020

# レビュー&フィードバックの日: 200608

- 全体の進捗
- 「Cot」
  - 状況報告
    - ・ メーカーとの交渉状況
      - 返信あり。初期発注300個依頼（300→39,99€、年間 3000個発注で32,99€ 6,7€はキャッシュバック）
      - クリエイティブ
      - 今後の動き
- 「枕」
  - ・ 状況報告
    - メーカーとの交渉状況
      - メール返信なし。連絡が取れるまでは保留。

# Cot 今後の動き

- ❑ 初期発注→ 300個 (39,99€→ 年間 3000個の発注で33,29€に変更)
- ❑ 商標権の取得の動き (発注後に話合う)
- ❑ 契約書の確定
- ❑ 外部倉庫 (FBAシール・保管)
- ❑ 商品の写真撮影
- ❑ 商品ページ作成 (Amazon・楽天・ヤフショ)
- ❑ 商品ページ説明文作成
- ❑ 検索キーワードの設定
- ❑ 集客導線・広告について検討
- ❑ レビュー施策について検討
- ❑ キャンペーン検討

BUPPAN

# 実録

総代理 × 単品通販

Session #14: 4-July.-2020

# レビュー&フィードバックの日: 200704

- 全体の進捗
- 「Cot」
- 状況報告
  - ・ メーカーとの交渉状況
    - 300個発注（6/24）→約35日発送（7/31）→輸送・通関→在庫目安（8/14）
    - 在庫までに（写真撮影・クリエイティブ完成・商品説明・KW・Amazon、楽天、ヤフショページ）
    - アクセス準備（SP、FB）
- 「枕」
- ・ 状況報告
  - 自社でAmazonジャパンに出す→音信不通
  - 別のメーカーにアプローチ中

BUPPAN

# 実録

総代理 × 単品通販

Session #: 2-Oct.-2020

# レビュー&フィードバックの日: 201002

- 「Cot」
  - 状況報告
    - ・ メーカーとの状況（7/4時点の予定）
      - 300個発注（6/24）→約35日発送（7/31）→輸送・通関→入庫目安（8/14）
    - ・ 実際の進捗
      - 6/24 300個は発注
      - 8/11 中国で商品完成 / フォワダーを教えろ
      - 9/初旬 外部倉庫契約
      - ~ 9/20 メーカー、工場、フォワダーの三者間のコミュニケーションの調整
      - ドイツ語の通訳者をアサインして調整
      - 10/3, 10/7 中国から発送予定
      - 10/中旬 日本の倉庫に到着予定
      - 10/中旬~下旬 やっと販売開始できそう。。。

# Cot 相談事項

- ❑ 商品説明文へのフィードバック
- ❑ 取り扱い説明書へのフィードバック
- ❑ 検索キーワードへのフィードバック
  - ❑ 他社ブランド名を入れる入れない？（引っかからないものなら入れる）
  - ❑ その他アウトドア用品名を入れる入れない？（セット買いされるものは入れる）
  - ❑ キーワード抜け漏れなく入れる？関連度の高いものに絞る？（なるべく多く入れる）
- ❑ 初動のアクセスの集め方の相談
  - ❑ 割引キャンペーン
  - ❑ フェイスブック広告やその他外部広告

BUPPAN

# 実録

総代理 × 単品通販

Session #: 13-Nov.-2020

# レビュー&フィードバックの日: 201113

- 「Cot」
- 状況報告
  - ・ 11/7（土）0:00Amazonにて販売開始
    - 6980円で販売開始 低価格＋スポンサープロダクト
    - 初日 9個販売 大カテ 約5,000位 小カテ20位
  - ・ 途中 30時間程度の在庫切れ / 相乗り3セラー（詐欺っぽい）→警告文＋自社商標で対応
    - ALPIDEXの商標は申請中（今回の相乗りの情報で早期審査を申請予定）
  - ・ 11/13（金）7980円
    - 大カテ 1,000以前後 小カテ 5位 新着1位
    - 検索メインKWで1p中段付近 / 日販 10~15個前後
  - ・ このペースで売れると11月末頃に在庫切れ
    - メーカーに在庫発注 500個工場にストックがあってすぐに発送可能◎（11/13発注済み）
    - 工場の春節前の生産は終了したxxx（次回入荷時期は確認中）

# Cot 相談事項

- 今後の方針について
  - 追加の500個が納品されても、在庫数が少ない
    - ページを延命させるために価格をあげる 理想は12000円まで
    - そのほかの延命措置について
  - 楽天の販売ページについて
    - 春節後の在庫が納品されてから販売する
    - 販売して、ある程度で予約注文にする
  - Amazonの販売促進としてできること
    - スポンサープロダクトのメンテナンス (CV-KW, CV-ASINのターゲティング、除外KW)
    - A+ (修正案の承認待ち)
    - 外部広告 FBの運用
    - レビュー記入促進

# Cot 相談事項2

- 今後の方針について
  - Amazon促進
    - オーガニックの検索が増えない対策？CVとCVR・CTR？
      - 仮説：キーワード検索して、比較検討する時にオーガニックも広告も両方踏まれている？
  - リスト収集
    - 取説にLINE@のQRコード入れる場合、楽天とAmazonは別にしないとダメ？（楽天の規約）それとも楽天のLINE@に統一？
    - LINE@でなくメールアドレス？

BUPPAN

# 実録

総代理 × 単品通販

Session #: 10-Dec.-2020

# レビュー&フィードバックの日: 201210

## - 状況報告

- 11/7 (土) 0:00 Amazonにて販売開始
- 6980円で販売開始 (市場の最安値付近)
  - ・ →初日 9個販売 大カテ 約5,000位 小カテ20位
- 中国詐欺セラーの相乗りに合う (メッセージと商標で対応)
- 11/9 (月) 新着1位を獲得 (その後はずっと1位) 価格を7480円 (利益15%) に上げる
- 11/10 (火) 検索結果ビックキーワードで1ページ目中段に出るようになる
- その後徐々に価格をあげても販売数量がのみ日販20個を超える
  - ・ →カテゴリ1位が見えるも、在庫がすぐになくなるため、日販10個以下になるように価格を上げる
- 12/1 (火) 9680円 (利益32%) で一旦在庫切れ。ラスト30個を納品し、10,439 (利益36%) 円でテスト中。  
1500個発注しているが、納品目処が立っていない状況。

# レビュー&フィードバックの日: 201210

- 実録2 ここまでの振り返り
  - リサーチして販売するまでが一番大変だが、販売後の可能性は非常に大きい
  - うまく行ったこと
    - 単品通販のリサーチについてゼロから体験学習できたこと
      - BUPPANに入会して以来ずっとモヤモヤしていた部分が解消された
    - 販売切り口とページ作成に今までと違う視点を得られたこと
    - 新しい売上と今後の可能性の拡大
  - うまく行かなかったこと、改善すること
    - 新規のメーカー開拓
      - 返信率 5%程度 → HP作成と現地後でのメール

## 実録2 ここまでの振り返り

- うまく行かなかったこと、改善すること
  - **メーカーとのコミュニケーション**
    - 普段の窓口と工場のいうことが全然違って進まない → 現地語で話せる人
  - **在庫と発注**
    - 春節前の新規生産終了 → 事前に生産スケジュールを確認しておく
  - **検品**
    - 汚れによるレビュー悪化 → 第三者検品を入れる（そこも含めたテスト販売という位置付け）
  - **商標**
    - 出品直後の好スタートで相乗りが増えた → もっと早く準備しても良かった
  - **Amazonの在庫健全性**
    - 必要な時に、必要な在庫を補充できなかった

## 実践して感じた総代理ビジネスのメリット・デメリット

### - メリット、可能性

- Amazonのレビューを引き継げる
  - 最初から高いCVRで立ち上げやすい / レビュー数が多いので安定しやすい
- メーカー権威・国のイメージを使える（信頼性）
  - これ自体が差別化の要因になる
- ある程度の品質が期待できる
- 真似されにくいポジショニング
  - メーカーの権威・信頼・国のイメージ→同じ機能性の中国輸入商品にポジションを奪われにくい
  - ロングセラーになりやすい（今後の運営で確認）
- 横展開で売上のスケールが期待できる
  - 同じパターンでメーカーの信頼性を活用できる
- 高単価商品のポジションと相性が良い

# 実践して感じた総代理ビジネスのメリット・デメリット

## - デメリット（ 超えてしまえば参入障壁 ）

- リサーチが大変
  - 2段階のリサーチ（市場のリサーチ・メーカーのリサーチ）
- とにかくメーカーと繋がれない、時間がかかる
  - 交渉メールの返信率 / 繋がってもサンプル品質問題 / 総代理までの交渉 /  
→ モチベーション維持が難しい・疑い・焦り（進んでいる感じがしない）
- メーカーとのコミュニケーション（下手の立場からスタート）
  - メーカーと繋がっても、レスポンスが遅い（中国の工場はお客様扱いなので早い）
- 商品原価（原価率）が高い
  - メーカーを挟むので原価が高くなる→相場より高く売る必要性・資金が必要
- メーカーの生産スケジュールに合わせる
  - 工場直よりもリードタイムがかかる可能性がある→資金確保が必要

## 今後の展開

- **ALPIDEXキャンピングベッドの他販路展開（～2021年4月）**
  - ・ 楽天・ヤフショ・ショッピングファイへ展開
  - ・ 写真撮影・転換率UP施策・外部広告
- **ALPIDEXその他商品の横展開（～2021年8月）**
  - ・ マウンテンスポーツ系商材で市場規模大且つ、ウリのある商品を販売
- **新規メーカーリサーチ（1年で1～2社目処）（2021年末）**
  - ・ ALPIDEXの総代理の実績をアピールしたHPを準備
  - ・ 現地語でのメールアプローチ
  - ・ 総代理の実績、販売計画、市場規模の企画書の添付
  - ・ ここぞというメーカーの一本釣り