



BUPPAN Webinar

2021.2.10



総代理店契約が終了してしまう パターン分析とその対策講座

BUPPAN Webinar 2021年 2月

第2部 目次

- 自己紹介
- 総代理契約が終了するパターン実例と対策
- 優良メーカーと長く付き合うポイントと効いた施策事例
- おまけ「総代理やるならちゃんと商標勉強しようぜ」

自己紹介



自己紹介

- 兵庫県神戸市在住。2年前海の近くに移住
- 妻と子供と楽しく暮らしている。ほぼ主夫。
- 2014年に副業で物販を始めて今法人6期目
- 販路は自社ショップ、楽天、Amazon、BtoB
- 得意なのは、総代理ビジネス、電気の法律、知財などです
- 料理、DIY、釣りが趣味



こんな感じの場所

最近の工作

冷蔵庫を木目風に



ギターと三線ラックを壁に設置

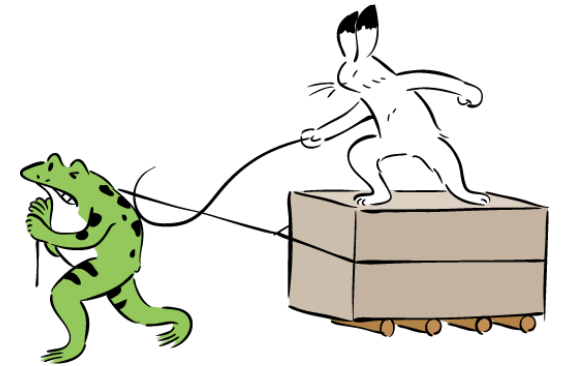


ビジネス歴



ビジネス歴

- 小学5年生のときに初めて転売で利益を得る。(利益率93%)
- 2014年までは○菱電機の研究所で電気自動車の開発
朝6時に家を出て夜中1時に帰宅するような超激務で、
このままでは死ぬな、と肌で感じ独立を決意
- 2014年に副業で輸入販売開始 Amazon.com→Amazon.co.jp
- 2015年に海外メーカー取引開始。売上利益は増えたがそれ以上に
SKUと在庫が増えて管理できなくなった
- 2016年からはほぼ総代理ビジネスに注力



次ページから本編



まずはこのテーマを選んだ理由について

**実録総代理PJが終わった直後だからこそ
言いたいことがある**



総代理契約はゴールではない！！



ただのスタートなのだ！心を燃やせ！

僕はこれまでたくさんの海外メーカーの総代理店になり、
何度も契約が終了しました。

ここが**中国OEMと総代理の大きな違い**



今回は契約が終わってしまった事例を紹介をしつつ
そのパターンを事前に知って対策をすることで

良いメーカーと長く付き合えるようになります！



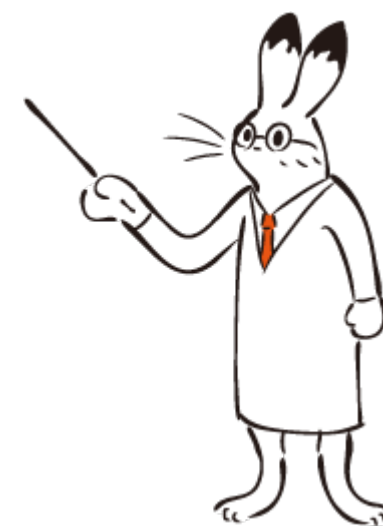
総代理契約が終了するパターン紹介と対策

- 日本で売れなくなった
- メーカーの要求に答えられなくなった
- メーカーの方針が変わってしまった
- 契約書を書面化してなくてうやむやになった
- 商品の生産自体が終了してしまった
- メーカーの態度が悪くてこちらからお断りした



事例紹介

(一般論ではなく全部体験したものです)



日本で売れなくなった

原因

- 安くて品質が良いOEM品が出回るようになった
- 商品のブームが過ぎた
- 新しい型番が出た
- 広告費やメディア露出など販促が足りていない



日本で売れなくなった

対策



- ✓ 高レビューを保つ←サポート、期待以上の同梱物
- ✓ インフルエンサー利用やメディア掲載でブランド力を高める
- ✓ iPhoneケースなど代替わりする商品を選ばない

このパターンは商品選定が原因の場合が多い。

中国OEMできそうな商品を選ばない

商品のブームが過ぎた(キーワードのトレンドが下降)の場合は諦める

メーカーの要求に答えられなくなる

原因

- メーカーが急成長していて年間MOQが大幅に上がる
- メーカーが急成長していて小ロットの注文に答应てくれない
- どうしてもオフライン卸をやってほしいと言われる



メーカーの要求に答えられなくなる



対策

- ✓ 年間MOQに応えるための計画を立てる(月間の販売計画、広告費、必要な資金)。ただ達成できなくても意外となんとかなる。
- ✓ どこがMOQのボトルネックになってるか聞く
- ✓ 期限を決めて小ロット注文に応じてもらう交渉と、その期限までにそのロットでの注文ができる販促計画を伝える。
- ✓ 小規模なオフライン店舗に卸す。販売数はオンラインでカバーする。

あまりに野心が強いメーカーや海外クラファン系のメーカーを避ける。
年間MOQは努力して達成できなくてもなんとかなる。

メーカーの方針が変わる

原因

- 日本ではメーカーが直販することになった
- 日本では誰とも総代理契約しないことにした



メーカーの方針が変わる

対策

- ✓ 中国メーカーを避ける
- ✓ 普段の関係構築に務める
- ✓ 認証が必要な商品など、他社や海外メーカーがやりにくい商品を選ぶ



指名検索が増えたところでいいところ取りされるので、**中国メーカーは避ける。**
方針が変わるのはある程度仕方ないが、普段の関係構築も重要。

契約書を書面化してなくてうやむやになる

原因

- 信頼関係がまだできてない状態で契約を急いだ
- 家族経営の会社などで「なんだか怖い」などの理由で
書面化してくれない



契約書を書面化してなくてうやむやになる

対策

- ✓ 初期のプロモーションで実力を見てもらい、信頼関係を構築
- ✓ 相手の望む方法で連絡を取りやすい状態にしておく
(電話、チャット、SNS)



外国人からアジア人は宇宙人に見えているのではと感ずることがある。
コミュニケーションの密度で信頼してもらうのが良い

メーカーが生産をやめる

原因

- 商品の不良が多くて会社ごと潰れる
- メーカーが新しい事業を始めるので生産が終了する
- 社長が年配で全部そちらに売却したい



メーカーが生産をやめる

対策

- ✓ ベンチャー過ぎるメーカーと付き合わない
- ✓ 品質がある程度良いと分かってるメーカーとだけ付き合う



このパターンは意外とよくある。クラファン系メーカーあるある。
金型とブランドを1万ドルで買わないか?のような打診が来る場合があるが、
品質管理を自分でできるかどうかと、経済的合理性で考える。

メーカーが生産をやめる

ブランドごと買わないかという打診された場合どうする？



うちが打診されたのはどれも1万ドル程度で普通に買える金額だったので悩んだが、
今ではやめといて正解だったと思う

理由

iPhoneケースのように代替わりがあり金型をすぐ作り直さないといけない商品だった
形状が単純で、中国輸入OEMで作れそうな商品だった

※ロマンではなく経済的合理性を取るべし

メーカーの態度が悪くてこちらからお断りする

原因

- ベンチャー過ぎて担当者がいつも不在
- 担当者がコロコロ変わる
- インフルエンサーがノリで始めたのでアンプロフェッショナル



メーカーの態度が悪くてこちらからお断りする

対策

- ✓ メーカーのCEOと直接連絡が付き状態にしておく。
- ✓ 担当者と連絡方法を固定してもらう。(電話、チャット)
- ✓ 誠意の見えないメーカーと付き合うのは苦痛でしかないので、
だめなら取引しない



経験上このパターンが一番多いかもしれない。

メーカーとの協力関係が総代理ビジネスの一番の醍醐味でもあるので、ここが一番重要

優良メーカーと長く付き合うポイントと効いた施策事例



優良メーカーと長く付き合うポイントと効いた施策事例

- ・対面作戦
- ・電話作戦
- ・コピー品殲滅作戦
- ・メディア掲載作戦
 - ・プレゼント作戦



ベタな施策

ニッチな施策



一番重要なのは・・・

一番重要なのは・・・

メーカーが何を望んでいるのかを知る



メーカーが望んでいることの例

- ✓ たくさん売れる
- ✓ 認知度が上がる
- ✓ ブランド力が高まる
- ✓ 手間をかけずに売れる
- ✓ 遠い国で安心して売れる
- ✓ オフライン店舗でも売れる



この6つを望んでることが多い

さらに特殊な希望やニッチな希望を知るためには
どうしたらいいか？

さらにニッチな希望は

✓直接聞いてみる

✓本国でのマーケティングを参考にする



当たり前やけどよく聞き取りしましょう

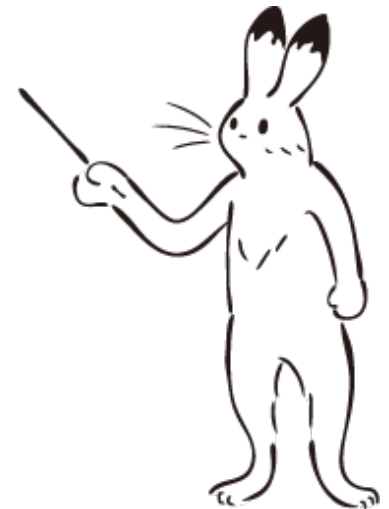
良い施策や達成度は


定期的に報告することも重要

「定期的」の例

- 初期プロモーション完了時
- 契約更新の1ヶ月前
- メディア掲載のタイミングなど

実際に効いた施策の実例紹介

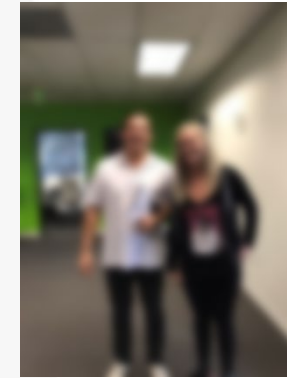
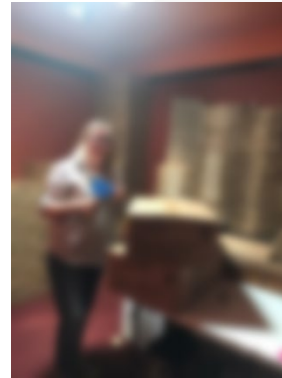
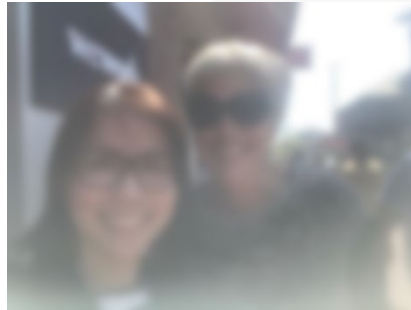




対面作戦

対面作戦

うちは長く続くメーカーとは大体対面してる



- ✓ カリフォルニア周辺とニューヨーク周辺は交渉パートナーが対面
- ✓ 日本でもいくつかのメーカー担当者と実際会ってミーティング
- ✓ 最近は全然会えてないのでzoomでミーティングのみ

対面作戦

日本でミーティングするとき、
自宅兼事務所で呼びたくない場合はどうすれば良い？



対面作戦

日本でミーティングするとき、
自宅兼事務所で呼びたくない場合はどうすれば良い？

- ✓ 「うちはシェアオフィスを使ってるから」と言って
それなりに立派な貸会議室を予約
- ✓ またはランチミーティングにして、高いホテルのランチを
食べながらミーティング
- ✓ 英語に自信がない人は通訳を半日雇う





電話作戦

電話作戦

- ✓ 効果があまりないパターンもあるけど、メーカーによっては効果大きい
- ✓ メーカーのCEOが年配の女性だったときに大いに効果があった
- ✓ Skypeの全世界かけ放題プランを使うとコストも小さく意外と楽
- ✓ ここ最近テレワークやロックダウンの影響で事務所に誰もいない場合があるので、担当者の個人携帯を聞いておくとなつながりやすい

リアルタイムでつながれるのはトラブル時に特に有効！

コピー品撲滅作戦

コピー品撲滅作戦

日本でかなり売れてるけど大量にコピー品が出回っていた商品について、
コピー品を徹底的に撲滅してメーカーの信頼を盤石にした

コピー品を撲滅する手順



コピー品撲滅作戦

- ✓ 商標出願を代行（書類作成は代行してはダメ）
(メーカーは国際商標を出願したと言っていたが実際は指定国に日本が入ってなかった)
- ✓ 日本でコピー品を販売してる業者に脅迫にならない範囲で恐ろしげなメールを送る
 - ✓ アメリカの正規メーカーが刑事告訴を検討している
 - ✓ もし販売を取り下げて、仕入先工場からの請求書などを開示するなら告訴しない
- ✓ アメリカメーカーが製造委託してた中国工場の1つがコピー品を横流ししてたことが分かり、コピー品根絶に成功

ゼロから奇抜な作戦を思い付いたわけではなく、
メーカーに日本での販売への希望を聞いて実行しただけ



メディア掲載作戦

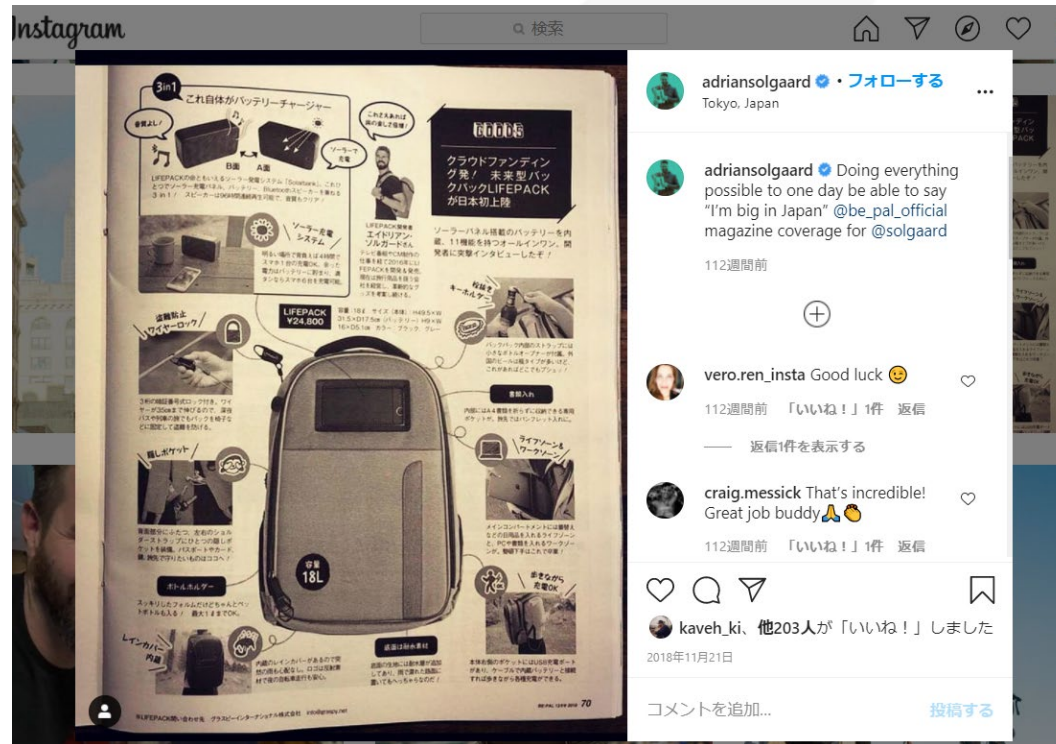
メディア掲載作戦

アメリカのインフルエンサーがやってるブランドで、
日本の大手メディアからCEOへのインタビューを実現したところ
インフルエンサーであるCEOはご満悦で仕入れ価格が安くなった

具体的にはどうやったか？



メディア掲載作戦



CEOのインスタフィード投稿

- ✓ BePalというガジェット雑誌から普通の掲載依頼が来た
- ✓ NYのCEOに電話で開発秘話の取材をしてはどうかとライターに打診してみたところ実現
- ✓ 雑誌に掲載されたのでCEOに送ってあげるとインスタで即シェア
- ✓ 仕入値が安くなった

CEOの承認欲求が強かったりSNSインフルエンサーだと喜ばれる

メディア掲載作戦

- ✓ メディアに取り上げられたら雑誌を紙で送るとするのは全員やるべき
- ✓ メーカーと共有フォルダを作って掲載実績の画像ファイルをアップしつつ、
雑誌の原本も送ることで代理店としての価値を感じてもらう
- ✓ 雑誌を送るついでにちょっとしたプレゼントと手書きの手紙を送る

メディア掲載作戦

- ✓ 最近海外メーカーに送ったものを紹介



大きく載った雑誌



日本っぽいモノ。食品とアルコールは避ける。
宛先はCEO宛で送る

もしかしたらここまでしなくてもいいかもしれない。でも、楽しいからやってほしい。

まとめ



まとめ

- 総代理契約が終わるパターンを知り、対策する
- 信頼を構築するのは日々の貢献とそれを相手に示すこと
- メーカーが日本での販売に何を求めているかヒアリングして方向性を合わせたプロモーションをする
- 雑誌掲載などのエビデンスは定期的を送る
- やはり画面越しだけではなく対面で会うと長続きしやすい

もし時間が余ったらのおまけコンテンツ

総代理やるならちゃんと商標勉強しようぜ



総代理やるならちゃんと商標勉強しようぜ

総代理ビジネスになぜ商標の勉強が必須か？

中国OEM：ブランド名を自分で決められるので調査さえすれば
回避できる(よほど下手でなければ回避できる)

総代理ビジネス：海外メーカーのブランド名が日本で登録されてる
別の商標とかぶってしまうと回避が難しい
売れ始めるとコピー品が出てくるので、日本での登録も必須



売れてから問題発覚すると何倍も面倒な目に遭う

具体的に何をしたらいいか？

- 「お、この商品ええやん」の時点で商標調査
- CUBE、SQUARE、CORE、○○phone、○○padみたいなよくある英単語のできてる商品名はとくに注意
- メーカーが「国際商標出願してる」と言っても信用せずWIPOで調査
- 調査結果が微妙な場合はtoreruで出願してみると調査してくれる
- 契約するかどうかのところでメーカー名義で商標出願。出願費用は出してあげる。今なら早期出願は必須。

※商標調査のやり方は過去にFBに動画アップしてるのでご参考に

おしまい

