

**成約率の高い海外メーカーへの取引依頼のやり方**

はじめましての人もいると思うので

**本編に入る前に軽く自己紹介**

# 自己紹介

- ・ 兵庫県神戸市在住。5年前海の近くに移住
- ・ 妻と子供と楽しく暮らしている。毎日家族に晩ごはんを作っている
- ・ 2014年に副業で物販を始めて今法人7期目
- ・ 販路は自社ショップ、楽天、Amazon、BtoB
- ・ 得意：総代理ビジネス、電磁気設計、電気の法律、特許、商標など知財関係
- ・ 主な事業：物販、総代理コンサル、総代理教材販売、Youtubeを中心にした工具販売(仕込み中)
- ・ 趣味：家、庭、料理、DIY
- ・ 気をつけていること：味のある人生
- ・ 最近興味があること：生きた証を残したい。DIYについてのYoutubeチャンネル作り

今回なぜこの話をしようと思ったか

## 総代理ビジネスで最初につまづくポイント

良さそうな商品が見つかったけど、  
海外メーカーと全然交渉成立しないよ、、



総代理ビジネスの最初の関門です。  
でも、ポイントを押さえれば  
意外と簡単に交渉成立しますよ！

## 今日のセミナー内容

- ・そもそも総代理ビジネスって何？
- ・成約率の高くなるメーカー選定
- ・アプローチする前に自分の状態を整えましょう
- ・アプローチのやり方
- ・成約率の高くなる提案書の作り方
- ・メールが返ってこない場合の対処法

そもそも総代理ビジネスって何？

# そもそも総代理ビジネスって何？



海外メーカーと、日本での独占販売契約を締結して  
商品を販売するビジネス

※昔からある業態だけど、うちの場合はオンライン販売に特化してる

こんな人におすすめ

- ✓ 相乗り系海外メーカー取引をやめて自分の好きな商品を販売したい人
- ✓ 中国輸入で競合との争いをやめたい人
- ✓ 転売をやめて自分だけの商品を販売したい人

なぜ普通の海外メーカー代理店ではなく  
「海外メーカー総代理」ビジネスなのか？

なぜ普通の海外メーカー代理店ではなく  
「海外メーカー総代理」ビジネスなのか？

なんとなくカッコいいから  
そう言ってるだけちゃうん？



全然違う



価格決定権、利益率、できる施策、やりがいなどなど大きく違います。

# 相乗り系海外メーカー取引や転売との違い

※相乗り系海外メーカー取引とは、すでにAmazonなどで他社が販売しているメーカー商品に相乗り出品して販売すること

## 相乗り海外メーカー取引、転売

- 価格が自分で決められない
- 販促施策が仕入値と安売りしかない
- 参入者が増えると売れなくなる
- 大量のSKUを扱うので自分が何を売ってるかよくわからなくなる
- 競合他社のことしか見てないので商品に対するお客さんの満足度も低い

## 総代理

- 価格と利益率を自分で決められる
- 販促施策が何でもできる
- 参入者が増えても影響があまりない
- 他人に自慢できる良い商品を扱える
- 少ないSKUに集中して販売が楽
- お客さんとメーカーへの価値提供に集中できる

# 中国輸入自社ブランド販売との違い

※中国輸入自社ブランド販売とは、中国の工場で生産されたものを  
OEMまたはODMして自社のブランドとして販売すること

# 中国輸入自社ブランド販売との違い

※中国輸入自社ブランド販売とは、中国の工場で生産されたものをOEMして自社のブランドとして販売すること

## 中国輸入自社ブランド

- 形が同じ商品を多くの競合が扱うので、差別化が難しい
- 平気で規約違反してくる競合と戦わなくてはならない
- **ブランドは自社が保有できる**

## 総代理

- デザイン、機能、クリエイティブに圧倒的に優れた商品を扱える
- 最初から大量にレビューがある状態から販売スタートできるので規約違反のリスクが小さい(amazon)
- **ブランドは他社のもの**

一長一短はあるが、あまり競合他社とバチバチやりたくない人は総代理がおすすめ

# 総代理ビジネスのメリットとデメリット整理

# 総代理ビジネスのメリットとデメリット整理

## メリット

- 価格と利益率を自分で決められる
- デザイン、機能、画像など  
圧倒的に優れた商品を扱えるので  
類似品より高単価で売れる
- 最初から大量にレビューがある状態から  
販売スタートできる(amazon)
- ほかの物販に比べて平和(感想)

## デメリット

- 取引開始時に「総代理契約しましょう」と言っても(工夫しないと)断られる  
可能性が高い
- 一回のMOQが大きいことがある
- 日本初上陸の商品の場合は  
売れない可能性がある
- ブランドは他社のもの

海外メーカーと代理店契約するところがやっぱり最初のハードルになる。  
今日は海外メーカーとの成約率を高める方法について解説します。

成約率を高める施策の前に、

## ざっくりした取引依頼の流れ

## 取引依頼の手順(うちの場合)

✓メール+提案書を送る

✓電話でメールが届いているか確認

✓日本の市場でどれぐらい売りたいか、どういう販促をしてほしいかヒアリング

✓取引条件相談

✓期間限定の総代理店契約で実力をってもらう

✓期間限定の総代理契約を通して関係構築し、1年間の総代理契約

※返答がない場合

- メール再送
- 電話
- SNSのDM



やることはシンプルですが、一つ一つをちゃんとやってるかどうかで成約率が高まります。

ということで本題の

## 成約率を高める施策について解説

## 成約率を高める施策

1. メーカーと商品を適切に選ぶ
2. アプローチする前に自分の状態を整える
3. メールが返ってこない場合の対処法
4. 数ヶ月限定の総代理契約をして実力を見てもらう
5. 成約率の高くなる提案書を送る

**メーカーと商品を適切に選ぶ**

# メーカーと商品を適切に選ぶ

## ポイント

- ✓ 日本未上陸の商品を選ぶ
- ✓ 日本人から大量に取引依頼が来てるようなメーカーを選ばない
- ✓ 日本独自の法律があって難易度が少し高い商品を選ぶ
- ✓ 日本ですでに需要と市場があり、それにはまる商品を海外で探す
- ✓ 老舗すぎる、規模が大きすぎるメーカーは避ける

**日本未上陸の商品を選ぶ**

## 日本未上陸の商品を選ぶ

- ・すでに日本に代理店があるメーカーには、自社の代理店としての価値を感じてもらうのが難しい。というか代理店として価値提供できていない。
- ・日本人からコンタクトがほとんど来てないメーカーなら単純に喜んでもらえる。
- ・日本に代理店がすでにいるメーカーの総代理店になりたい場合は、ロットをたくさん積む、メーカーの悩みを解決してあげるなど工夫する。

日本人から大量に取引依頼が来ているような  
メーカーを選ばない

## 日本人から大量に取引依頼が来ているようなメーカーを選ばない

- ・海外メーカーはこちら側の実力が分からないので、盛り気味に話す同業者に負ける。スライムとメタルスライムは遠くからは判別できない。
- ・成約したとしても取引条件は悪い。
- ・Kickstarterで1億円売れたようなメーカーに取引依頼しない。

海外クラファンですごく売れたようなメーカーには日本人からたくさんの取引依頼が来ているので、成約率だけでなく取引条件も悪い。あと**態度も悪い**。  
しかも量産経験が少なくて品質も悪いという地獄。

日本独自の法律があって難易度が  
少し高い商品を選ぶ

# 日本独自の法律があって難易度が少し高い商品を選ぶ

- ・ 食品衛生法、電波法、電気用品安全法
- ・ 初心者が無条件に避けるので競争率が大幅に桁下がる
- ・ メーカーが法律のクリアが難しいと考えている場合、代理店としての価値を感じてくれる

## おすすめのパターン

- ・ 食品衛生法(試験あり)→日本食品分析センターで(モノによるけど)数万円で試験できる。簡単。
- ・ 電波法→Bluetoothのようなベタな規格だと30万円ぐらいあれば取れる。SIGも必要ない。
- ・ 電安法(ACアダプタ式)→仕様の合ったACアダプタを国内で手配すればクリア

**日本ですでに需要と市場がある商品を選ぶ**

## 日本ですでに需要と市場がある商品を選ぶ

- ・ 同業者の多くは「海外で売れてる商品」を探すので、あまり日本人から声のかかっていないメーカーを探せる
- ・ やり方は、ざっくり取り扱いたいジャンルを決めてAmazon、楽天で指名検索以外の検索流入で売れてる商品を探す。
- ・ 同じキーワードで海外Amazonなどで検索し、品質の良い商品を選ぶ。
- ・ 爆発的に売れてなくても良い。

**老舗すぎる、大きすぎるメーカーは避ける**

## 老舗すぎる、大きすぎるメーカーは避ける

- ・日本のメーカーに取引依頼をすると考えたとき、Panasonicにメールを送って取引が成立するだろうか(いやしない)
- ・海外メーカーも同じで、創業50年の老舗とか規模が大きすぎるメーカーは避けた方が良い
- ・もし取引成立しても、取引規模が合わない
- ・創業5-10年ぐらいの、規模は小さくても品質が良いメーカーというのが理想

商品とメーカー選びについてはここまで。次は

## アプローチのやり方について

**アプローチする前に自分の状態を整える**

## アプローチする前に自分の状態を整える

- ・ Gmailみたいなフリーメールでメールを送るな。独自ドメインで送れ。
- ・ メールの記事を整える。本業でやってるのと同じように署名を付ける。
- ・ 独自ドメインは検索される。簡単でもいいから英語の公式ページを作れ。
- ・ 会社住所は検索される。家の見た目が会社っぽくないと思う人は安いところでもいいのでバーチャルオフィスを借りる

どうやったらちゃんとした事業者に見えるか、相手の気持ちになって考える

とはいえ、ちゃんと準備しても返信がないことも多い

# ちゃんと準備してアプローチしても メールが返って来ない問題の解決方法

- ・メールが迷惑メールフォルダに入ったなどで見られてない可能性あり。
- ・メールを送ったらすぐ電話して、メールが見えてるか確認する。
- ・数日あけてメールを再送する
- ・メール以外の方法でコンタクトしてみる
  - ・ 電話
  - ・ SNSのDM
  - ・ 公式サイト問い合わせフォーム
  - ・ カスタマーサポート窓口から営業担当につないでもらう

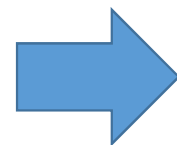
おすすめはSNSアカウントのDM。僕はCEOのFacebookメッセージにも送る。

**取引開始時に「総代理契約しましょう」**

**と言っても断られる問題**

取引開始時に「総代理契約しましょう」

と言っても断られる問題



あたりまえ

## 取引開始時に「総代理契約しましょう」と言っても断られる

もし結婚したい異性がいるとして、**出会った瞬間に「はじめまして！結婚してください！」**  
とは言わないですね？

普通は試しに付き合ってみて、多くの時間を過ごして相性が合いそうなら結婚を申し込むと思います。



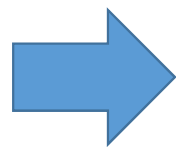
取引開始時に「総代理契約しましょう」と言っちゃうのは、道ばたでいきなり求婚するのと同じ！  
断られて当たり前！

取引開始時に「総代理契約しましょう」と言っても断られる

じゃあどうやってお試しで付き合えば良いかというと、、

取引開始時に「総代理契約しましょう」と言っても断られる

じゃあどうやってお試しで付き合えば良いかというと、、



クラウドファンディングやテスト販売期間として  
数ヶ月限定の総代理契約をする

## ざっくりした手順

日本でのブランド認知拡大と予約販売を目的としてクラウドファンディングを一緒にやろうと提案



でも日本でクラファンをやるならプラットフォームの規約上一時的(3ヶ月~6ヶ月)な独占販売契約が必要



メーカーが提案にメリットを感じたら、期間限定独占販売契約



クラファンで成果を出して良好な関係を作り、クラファン後に1年更新の総代理契約を実行

このように段階を踏むことで、あなたの求婚は成功の確率が上がります。

ただし・・・

何でもクラファンやれば良いわけではない

## 何でもクラファンやれば良いわけではない

- ・クラファンで売れる商品には特徴がある。
- ・すでにキーワードと需要があってAmazon楽天でよく似た商品が売れてる場合、新しさを感じられにくくクラファンでは売れにくい。
- ・クラファンで価格を高め設定しなくてはいけないので、価格が足かせになってSEO上位を狙いにくくなる。

こういう商品の場合は、逆に言うと一般販売での需要予測がやりやすい。  
テスト仕入れ期間で短期間の総代理契約をしてその間に実力を見てもらう

成約率を高める「提案書」を作る

## 成約率を高める「提案書」を作る

- ・うちのクライアントさんたちが海外メーカーから総代理店に選んでもらった理由を聞くと「ほかの業者に比べて提案が良かったから」と答えられることが多い。
- ・海外メーカーから「ぜひ取引させてほしい」と言ってもらえるような資料を作る。
- ・もしこれで返答がないようなメーカーは、いい加減なメーカーなので取引しないという気持ちで作る。

# 提案書を作る目的

# 提案書を作る目的

1. 自社が信用できる会社と思ってもらうため
2. 返報性の原理を利用して取引を有利に進めるため
3. 信用できるメーカーか見極めるため

1. と 2. は相手の信頼感を引き出す施策。

3. がけっこう重要で、こちらがちゃんとした提案書を送っているのに返事の一つも返さないようなメーカーは付き合う価値なし！というか付き合ってしまうとあとで苦勞する。

## 提案書の内容

- ・ 自社について
- ・ 日本での市場状況
- ・ 日本での販売の課題
- ・ 日本での販売戦略の説明
- ・ アクションプランとスケジュール
- ・ 商品に対する思いや熱意

※各項目について詳細説明するとかなり時間がかかるので今日はできない

提案書を作る時間は、あとの工程を考えるとすごくコスパが良い

提案書というものが良いことは分かったけど  
毎回そんな手間かけてられないよ・・・



提案書の大部分は工夫によって使い回せるので、  
実は全然手間はかからない。

**1つの提案書を多くのメーカーに使う方法**

## 1つの提案書を多くのメーカーに使う方法

- ・取り扱う商品のジャンルを絞ることで、提案書の多くの部分を使い回すことができる
- ・例えば、キャンプ系に特化して取り扱うのであれば、「自社の強み」部分は同じでいいし、テントでもコットでもアウトドア市場の市場分析データは使える
- ・ただ、どうしても取りたいメーカーの場合は専用の提案書を作ったほうが良い

**成約率をより高めるための工夫**

## 成約率をより高めるための工夫

- ・長文を書くと読んでももらえない。全て箇条書きで書く。
- ・パワーポイント10枚ぐらいまでで作る。
- ・メーカーのサイトの画像を引用し「ブランドを理解している」ことを伝える。
- ・ブランドのテーマカラーを使用し、専用の提案書感を出す。ただ汎用性は下がる。

まとめ

## まとめ：

- ・総代理ビジネスはメリット・デメリットどちらもああるけど、競合とバチバチにやり合いたくない人にはおすすすめ。
- ・適切な商品選定で成約率は大きく上がる。
- ・自分がメーカーのことを見ているように、メーカーもまた自分を見ている。どうすれば信用してくれるか考える。
- ・最初のコンタクトのときに、メーカーが価値を感じてくれる提案書を送る。
- ・期間限定の総代理契約を提案し、実力を見てもらう。