

ネット販売の最初の一步

不用品販売 チュートリアル



presented by BizCamp

INDEX

はじめに

第 1 章 不用品販売 ～基礎編～

- ▶ 自分だけのリサイクルショップを開こう
 - ▶ 不用品販売の儲けのカラクリ
 - ▶ 1人あたり平均28万円の稼ぎが見込める
 - ▶ 不用品の代表的な販売先3つ
 - ー アマゾン編
 - ー ヤフオク編
 - ー メルカリ編
 - ▶ ユーザー層と売れ筋商品の理解
-

第 2 章 不用品販売 ～実践編～

- ▶ メルカリで不用品販売に挑戦しよう
 - ー アプリをダウンロードと会員登録
 - ー プロフィールを設定
 - ー メルカリの出品の手順
 - ー 魅力的な商品の写真を撮るコツ
 - ー タイトルの書き方
 - ー カテゴリーと商品の状態の記入
 - ー 説明文の書き方
 - ー 販売価格の決め方
 - ▶ 売れやすい不用品の具体例
 - ▶ 不用品販売から転売ビジネスへのステップアップ
 - ▶ 不用品を0円で仕入れる方法
-

まとめ

はじめに

今回の教材では、「不用品販売」について解説します。

まず初めに分かっておいて頂きたいのが、不用品販売だけに取り組んでも自分のビジネスを構築できるわけではない、ということ。というのも、不用品販売は「自宅にあるいらないもの」を全て売ってしまったら終わりだからです。

確かに不用品販売というのは、初心者が最初に手っ取り早くお金を作る手段としては有効です。仕入コストもかからず利益率もほぼ100%なので、ノーリスクで実践することができますし、不用品販売だけでも平均数万～数十万円稼げることは事実です。

しかし逆に”それだけで終わってしまうもの”とも言い換えることができます。

ですので、不用品販売はあくまでも、これからビジネスを始める足がかりとして捉えておいてほしいんです。そうやって「ビジネスの実践経験を積む場」として捉えることで、私たちにとって不用品販売はより有意義で魅力的なものに変化します。

例えば、不用品販売の手順というのは、リサーチと仕入れこそありませんが、転売のそれと全く同じです。つまり、転売ビジネスの実習として非常に有効です。さらに実際に商品が売れば、「ネットを使ってモノを売り1人でお金を稼いだ」という体感や自信も得られることでしょう。

実際に、副業感覚で不用品販売を始めて、その経験がキッカケとなって本格的に転売ビジネスを学んで自営業として独立を果たした人もいますし、さらに組織化することで年商何億円という企業の経営者になった人もいれば、自分の転売のノウハウを確立したことで、インターネットビジネスで大成功を収めた人もいます。

「メルカリ」や「ヤフオク!」といったサービスが普及している今、不用品販売は老若男女問わず誰でも気軽に出来るようになりました。ちょっとしたお小遣い稼ぎという気持ちで適当にやっている人も沢山いると思いますが、ソーシャルとしてはあくまでも、『たった1人の力でお金を稼げるようになるための第一歩』として捉えています。

せっかく時間と労力を使って取り組むわけですから、ビジネスの視点を持った上で、その経験から沢山のことが学べるよう実践してってもらいたいですし、後々自分でビジネスをしていく上でも、その意識の差というのは結果の差として顕著に出てきますからね。

また、これからお話しする考え方やノウハウというのは、そのまま転売ビジネスにも応用が効くものです。ですので、不用品販売に取り組むうちに転売にも興味が出てきたら、思い切って始めて見るのもいいでしょう。その時は是非、ここで学んだことを活かしてくださいね。それでは早速いきましょう！

第1章 不用品販売 ～基礎編～

▶ 自分だけのリサイクルショップを開こう

不用品販売とは、文字通り、

「自分がいらなくなったモノを、それを必要としている他の誰かに販売すること」

です。モノに対する価値の感じ方というのは人それぞれですからね。あなたが「いらない」と感じたものでも、世の中には「それが欲しい」と思う人が沢山いるというわけです。

例えば、あなたがとある資格試験の勉強をしていたとして、その試験に無事合格できたとします。すると、あなたが今まで使っていた教材は「いらない」モノになりますよね。しかし、これからその資格の勉強を始める人にとっては、あなたの教材を「お金を出してでも欲しい」と感じることでしょう。

そしてもし、あなたとその人が出会い、その教材とお金を「交換」すれば、その人はとても喜んでくれるでしょうし、あなた自身も嬉しいはずです。これでWIN-WINな取引ができましたね。

このように、顧客にとって値段相応もしくはお値段以上の価値がある「商品」と「お金」を交換する行為、この「取引」というものによって経済というのは成り立っています。つまり「お互いにとって嬉しい取引を沢山生み出せる人」というのが「ビジネスが出来る人」であり、ひいては「お金を稼ぐのが上手い人」というわけです。そして当然ですが、この考え方は不用品販売にも当てはまります。

ただそうすると、次に「あなたがいらなくなったモノを必要としてくれる人、をあなた自身で見つけないといけない」という問題が生じますよね。

そしてこれまでは、そんな人と出会えるのはフリーマーケットやバザーなどの『リアルの場』しかありませんでした。しかし、そういった場に出向くのは何かと面倒ですし、商品を持ち運ぶのも手間、効率が良くないわけです。

だからこれまでは、不用品販売というのはみんなにとって少しハードルの高いものだったのです。そしてそのニーズを満たし、みんなの手間を省くという役割を担っていたのが、出張買取やリサイクルショップというビジネスだったんです。

しかし今の時代、「メルカリ」や「ヤフオク！」といったサービスが普及したおかげで、誰でも自宅で気軽に不用品販売ができるようになりました。

つまり、

「自分だけのリサイクルショップを誰でも簡単に始めることができるようになった」
というわけですね。

▶ 不用品販売の儲けのカラクリ

とはいえ、ここで、

「リサイクルショップや出張買取サービスにお願いしたほうが手っ取り早くない？」

と思った人もいるかもしれません。

確かにそのほうが、わざわざ自分で梱包・発送する手間も必要ありませんし、お金もすぐに手元に入ってくるので、一見優れてるように見えます。しかし、そういったサービスを利用することには大きなデメリットがあります。

そのデメリットとは、不用品を安く買い叩かれてしまうということ。

あなたの中にも、「いらなくなった洋服や本などをリサイクルショップに売りに行ったら、雀の涙ほどのお金しかもらえなかった…」という経験をしたことがある人もいるかと思います。商品によっては0円で引き取られることもありますからね。

私自身も経験がありますが、その時は、

「自分がこれまで大事にしていたモノはこの程度の価値だったのか…」

と悲しくなったのを覚えています(笑)

ただ、これには理由があって、そもそもリサイクルショップというのは「粗利益」が物凄く大きいビジネスモデルなんですね。

例えば、あなたが洋服10着をとあるリサイクルショップに買い取ってもらったとして、買取価格が合計で500円だったとします。そして後日お店に行ってみると、あなたが売った服が1着平均1,000円で売られている、つまり「10着分の売値合計が10,000円」なんてことが普通にあります。

つまりお店側からすれば、仕入れコストは500円、売値合計が10,000円なので、もし全ての洋服が売れたとすると、その粗利益は、

$$9,500円 = 10,000円 - 500円$$

(粗利益 = 売上 - 仕入れコスト)

になります。

リサイクルショップの場合



$$\text{粗利益} = \text{売上} - \text{仕入れコスト}$$

(買い取る商品のジャンルにもよりますが、リサイクル業界の粗利益は平均でも80%前後あると言われています)

「なんだ！リサイクルショップだけがボロ儲けじゃないか！」

と思われるかもしれませんが、こんなに粗利益が高いのにはワケがあります。これほどの粗利益を取らないとビジネスとして成り立たない理由があるんですね。

それが、膨大な固定費。

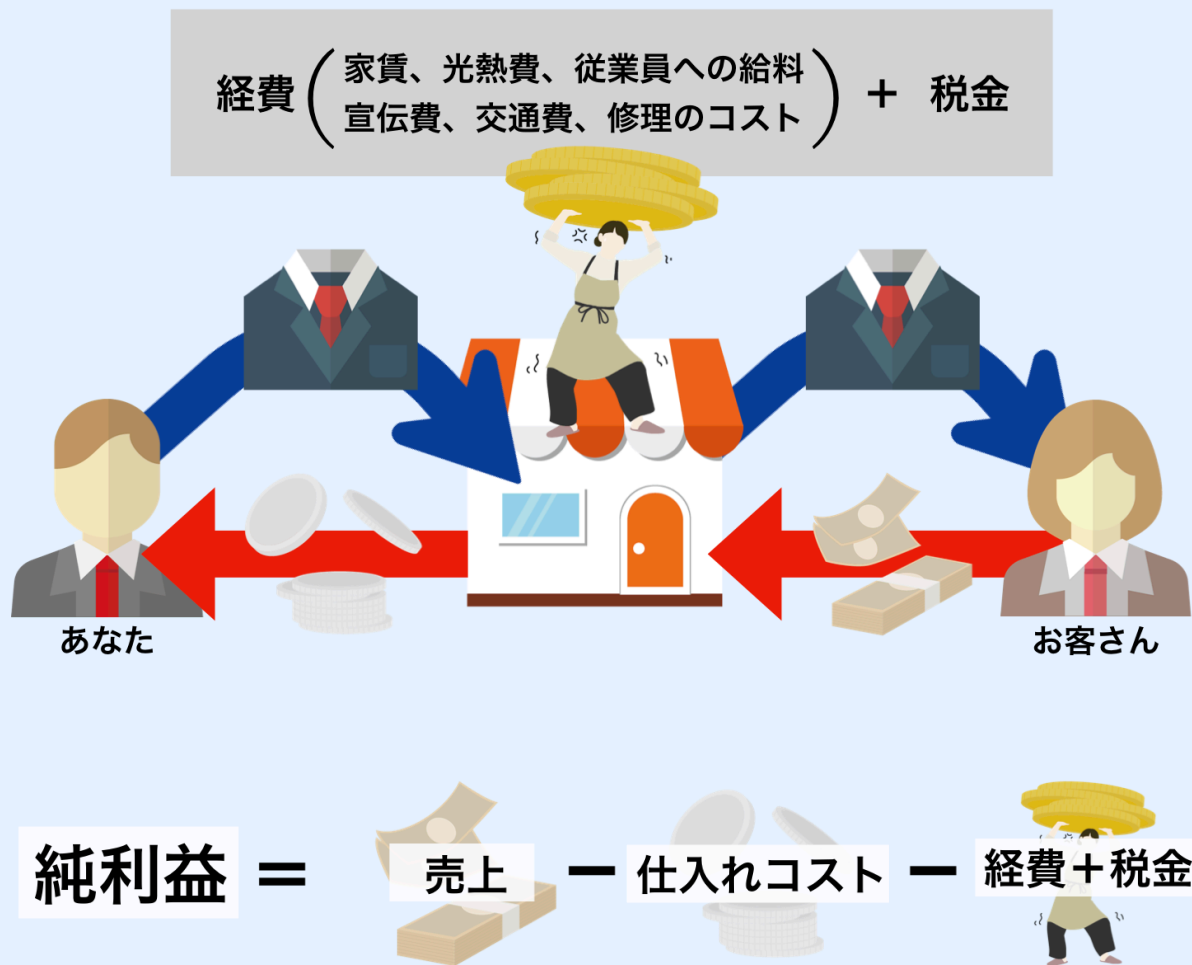
まず、リサイクルショップは店舗を構えていることがほとんどですが、そうすると、開業するための初期投資はもちろん、毎月の家賃や光熱費、従業員への給料、広告宣伝費がかかりますし、出張買取であればトラックも必要です、交通費もかかります。

さらに、仕入れた商品をそのまま売り物として販売するわけではありません。中古品なので、商品の検品や清掃、商品の種類によっては修理なども必要になりますし、先に商品を買取という形で仕入れるわけですから、在庫を抱えるというリスクもあります。

つまり、実は「純利益」はそんなに大きくならないんです。リサイクル業界の純利益は10%～20%が相場だと言われています。

これが、リサイクルショップなどで不用品が安く買い叩かれてしまう理由なんですね。

リサイクルショップの場合



しかし逆を返せば、1人で家にいながら不用品をネット販売すれば、リサイクルショップのような莫大な固定費は一切かかりませんし、商品も家にある不用品なので仕入れコストもありません。必要なのは、売れた場合のみ発生するネットショップに支払う販売手数料(平均10%弱です)だけ。

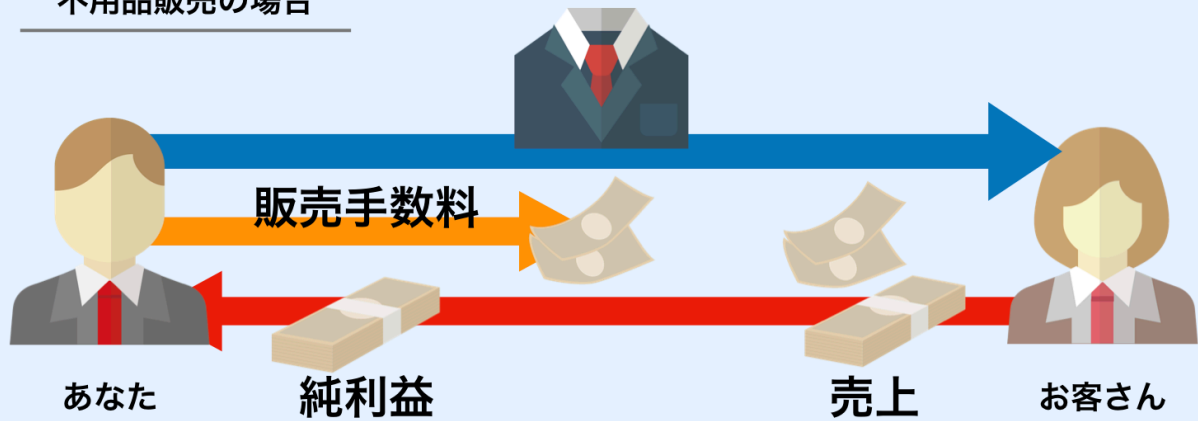
つまり先ほどの洋服の例で言えば、もしも同じ値段で売ることができれば、

$$9,000\text{円} = 10,000\text{円} - 1,000\text{円}$$

(純利益 = 売上 - 販売手数料)

となるわけです。

不用品販売の場合



$$\text{純利益} = \text{売上} - \text{販売手数料}$$

手元に入ってくるお金が9,000円と500円ではその差はあまりに明確です。まあこれはあくまで一例ですが、自分で不用品販売を実践したほうが遥かに大きな利益を得ることができるというイメージは持ってもらえたかと思います。

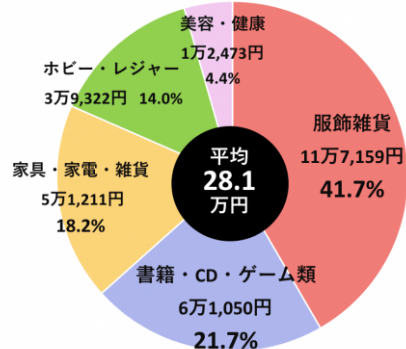
▶ 1人あたり平均28万円の稼ぎが見込める

では、実際に不用品販売をすることで、どれくらいの収入が見込めるものなのでしょうか？

2018年10月に行われた、10代～60代の男女2,536人を対象とする「みんなのかくれ資産調査委員会」の調査では、1人当たりの家庭内の不要品を処分した場合の平均金額が計算されています。

そのデータによれば、
1人当たりの平均金額は、
『28万1,277円』とのこと。

つまり、自宅には28万円相当のお宝
(でも自分にとっては不用品)
が眠っていることになります。



画像引用：～1世帯あたり約70万円、金融・不動産に続く第三の資

もちろん、これはあくまでも平均値ですし、「**私の家にそれだけ価値のあるものが残っているとは思えないけど・・・**」という人もいるかもしれません。

しかし、自分ではガラクタだと思っていたモノが、市場ではプレミアが付いて価格が高騰していた……。なんてのは本当によくある話です。特に、TVゲームやカードゲーム、絶版になっている商品などは、価格が高騰しやすい傾向にあります。

もしかするとあなたがまだ気づいていないだけで、市場で高く評価される商品があなたの自宅に眠っているかもしれません。つまり、不用品販売をすることで、28万円近くの収入が得られる可能性は十分にある、ということですね。

ちなみにこの数字は、平成29年度の労働者1人当たりの平均月収31万7,844円（厚生労働省「毎月勤労統計調査 平成29年度分結果確報」より）とほぼ同水準の金額です。

少しばかりの手間で1ヶ月の給料分のお金を稼げて、その上ビジネスの実践にもなる。これが、不用品販売が「ビジネス初心者の方の最初の一手」として人気の理由です。

▶ 不用品の代表的な販売先3つ



アマゾン



ヤフオク！



メルカリ

不用品販売を実践するためには、当然それを販売するためのプラットフォームが必要になります。先ほども少し登場しましたが、不用品の販売先として使える代表的なサービスというのが、**アマゾン、ヤフオク！、メルカリ**。

この3つです。サービス毎によって特徴やメリット・デメリットがあるので、より大きな利益を得るためには、それぞれを理解してその特性に合った販売をしていくことが大事になってきます。

というわけで、その前提知識を身につけてもらうためにも、この3つのサービスの特徴について少し掘り下げて見ていきましょう。

● Amazon

Amazonはもはや知らない人はいないであろう、世界最大級のインターネット通販サイトです。

何かを買いたいと思ったら

「まずはAmazonで検索しよう！」と考える人も多いはず。

ちなみにこれは余談ですが、インターネット上で購買行動を起こすお客さんのうち、55%のスタート地点はAmazonだそう。



それだけのパワーがあるこのAmazon上でのネット販売ですが、もちろん誰でも簡単に商品を出品することができます。

● Amazonの特徴とメリット

これは不用品販売というより転売ビジネス一般の話になりますが、Amazonでネット販売する最大の特徴というのが、『FBA(フルフィルメント by amazon)』という代行サービス。

用語解説



☒ FBA

商品の注文から販売、さらには在庫管理やクレーム対応などに至るまで、一括で対応してくれるサービス。転売を実践してる人で知らない人はいないほど有名かつ便利

「リサーチ、仕入れ、商品登録、検品、注文確認、梱包、発送、資金管理...etc」

と、転売には沢山の工程があるので、やはり規模が大きくなるとその業務を全て1人でこなすのには無理があるんですね。

そのため、本格的に取り組んでいる人はこのFBAを利用している人が非常に多いです。海外発送などは個人でやるとなると結構な手間がかかりますが、FBAを使えばそれも楽になるため、簡単に販路も拡大することができます。

仕入れの時点でAmazonの倉庫に商品を送り、商品登録するだけであとは売れるのを待つだけ！

というのは非常に便利です。もちろん手数料はかかりますし、不用品販売でFBAを利用する必要は特にはないと思いますが、知識として知っておいてください。

もう1つ、Amazonの特徴としては圧倒的な集客力です。

GoogleやYahoo!などの検索エンジンで商品を検索しても、Amazonのページが検索結果の上位に表示されます。Amazon自体の利用者もかなり多いので、**需要がある不用品を販売する場合は、Amazonで出品するのも良いでしょう。**

● Amazonのデメリット

Amazonの1番のデメリットはやはり、価格競争が起きやすいということです。例えばAmazonには、「同じ商品は同じページで販売する」というルールがあります。

例えば、こちらの商品を見てください。



16GB
SDHC
SDHC Memory Card
TOSHIBA

画像にマウスを合わせると拡大されます

TOSHIBA SDHCカード 16GB Class4 日本製 (国内正規品) SD-L016G4
東芝(TOSHIBA)
★★★★☆ 235個の評価 | 26が質問に回答済み

価格: ¥1,422 ✓prime
ポイント: 14pt (1%) 詳細はこちら

Amazonクラシックカード新規ご入会で5,000ポイントプレゼント
入会特典をこの商品に利用した場合0円 1,422円に

注: 別の出品者から、上記よりも価格が低い商品が出品されています。(Amazonプライム対象商品ではない場合があります)

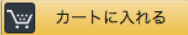
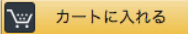
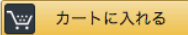
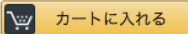
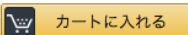
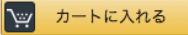
新品 (8)、以下から: ¥820 + ¥340の発送

サイズ: 16GB

4GB ¥2,000 ✓prime	8GB ¥563	16GB ¥1,422 ✓prime	32GB ¥2,180 ✓prime
----------------------	-------------	-----------------------	-----------------------

トップに表示されている商品は**1422円**ですが、その他にも新品&中古品へのリンクが表示されています。

そのリンクをタップすると、価格や状態の異なる同じ商品がズラーっと表示されます。

¥ 820 + ¥ 340 (配送料)	新品	メモリカードの達人 ★★★★☆ 過去 12 か 月で87%の高い評価(526 件の評価)	11/12 火~11/14 木 の間にお届け します。 11/14 木曜日 にお届けします。 レジ にて通常配送を選択してください。 - 配送料 および 返品について。	
¥ 820 + ¥ 340 (配送料)	新品	メモリカードの達人 ★★★★☆ 過去 12 か 月で87%の高い評価(526 件の評価)	11/12 火~11/14 木 の間にお届け します。 11/14 木曜日 にお届けします。 レジ にて通常配送を選択してください。 - 配送料 および 返品について。	
¥ 880 + ¥ 340 (配送料)	新品	メモリカードの達人 ★★★★☆ 過去 12 か 月で87%の高い評価(526 件の評価)	11/12 火~11/14 木 の間にお届け します。 11/14 木曜日 にお届けします。 レジ にて通常配送を選択してください。 - 配送料 および 返品について。	
¥ 1,280 ✓プライム 5%還元 キャッシュレス 還元	新品 ■Amazon配送センターより年中無休で 迅速にお届け致します。	GeeZuuk ★★★★☆ 過去 12 か 月で100%の高い評価(4 件の評価)	AMAZON.CO.JP 配送センターより発送され ます ~ 配送料 および 返品について。	
¥ 1,422 14pt (1%) ✓プライム	新品	amazon.co.jp	- お届け日時指定便が利用できます。 - 配送料 および 返品について。	
¥ 2,401 + ¥ 550 (配送料)	新品 在庫管理には十分注意しておりますが、 万が一欠品・完売等で当日出荷ができな い場合はご連絡致します。	カウモール ★★★★☆ 過去 12 か 月で93%の高い評価 (49,048件の評価)	11/12 火~11/14 木 の間にお届け します。 11/14 木曜日 にお届けします。 レジ にて通常配送を選択してください。 - 配送料 および 返品について。	

このように、同じページで商品を販売することになれば、どうしても安くて状態の良い商品から順番に売れていきますよね。

そうすると販売者たちも当然、自分たちの所から商品を買ってもらいたいのので、周りよりも価格を下げようとします。そうすることで価格競争が起こってしまうんですね。

また、もう1つのデメリットとしては、販売手数料が他と比べて高いというの也有ります。

ヤフオク！は8~10%程度、メルカリは10%なのに比べ、Amazonの場合は基本的に15%です。(商品カテゴリによって手数料は8~15%と異なるのですが15%のものが多いです)

このように、販売手数料が高く価格競争も起きやすいので、上手に販売しないと他のサイトの場合よりも利益が小さくなってしまいます。

● ヤフオク！

ヤフオク！は、元々は1998年にアメリカでYahoo!サービスの一環として「Yahooオークション」が開催されたのがその始まり。そしてその1年後に、日本向けサービスの「Yahoo!オークション」がYahoo! JAPANにより開始されました。

日本では最大規模のネットオークションサイトとして、非常に大きなマーケットを形成しています。



● ヤフオク！の特徴とメリット

ヤフオク！の特徴は、
「とにかく何でも売れること」

ガイドラインに載っている出品禁止物を除けば、ほぼ何でも売ることができます。

また、**即金性が高いのもヤフオク！**の大きなメリットです。

「Yahoo!かんたん決済」を利用すれば、購入者が支払いをして売上が確定すれば、**早ければ2～3日ほどで自分の銀行口座に振り込まれます**。また、購入者の銀行口座から直接販売者の銀行口座に振り込む場合は、最短で即日入金されることもあります。

商品が売れてからこんなに早く入金されるというのは、非常に魅力的ですね。

ヤフオク！では出品形式を「フリマ形式で売るか、オークション形式で売るか」どちらかを選択することができます。**基本的には定額のフリマ形式で売った方が安定するのですが、テスト販売や在庫処分のためにオークション形式で売ってみるのも良いでしょう。**

● ヤフオクのデメリット

ヤフオク！での取引は、基本的に出品者と購入者の個人間取引になるので、どうしてもトラブルが起きやすいというデメリットがあります。

Amazonやメルカリも形式上は個人間の取引なのですが、運営側が代金のやり取りの間に入ってくれたり、イレギュラーな問題が起こっても連絡をすればすぐに対応してくれることもあって、初心者の方でも安心して利用することができます。

しかしヤフオク！はあくまでも個人間取引ということが前提にあり、そういう意味で運営側のサポートは弱いです。そのため、購入者からの入金が遅くなったり、あるいは購入者から振り込まれずに連絡が途絶えてしまう、などといった危険性があります。

● メルカリ

メルカリは2013年にサービスを開始した比較的新しいサービスです。設立からわずか5年ほどで上場を果たし、ユーザー数も短期間で急増しました。現在は日本とアメリカとイギリスの3カ国でサービスを提供していて、アプリのダウンロード数は累計1億DLを超えています。



日本のフリマアプリの中でも、最も利用者が多いですね。

● メルカリの特徴とメリット

メルカリの最大の特徴は、「出品したらすぐに売れること」

メルカリはスマホアプリに特化しているサービスなので、空き時間についつい買い物してしまう人も多いんですね。おかげで、**不用品を出品して数日以内に売れることはザラにありますし、「出品してたった数分で商品が売れた！」**なんて話もよく聞きます(笑)

初めて実践する人にとって「早く売れる」というのは非常に嬉しいことですよね。早く反応が得られた、結果が出たとなれば「楽しい！」という気持ちになって、どんどん色々なものを出品したり工夫したりするようになることでしょう。

またメルカリは、特に年齢制限もなければ会費もかかりませんし、アプリをダウンロードするだけで誰でも簡単に始めることができます。

あとは、「らくらくメルカリ便が使える」というのも非常に大きなメリットです。

「らくらくメルカリ便」というのは、メルカリ内で商品が売れたときに使える配送サービスのことで、

- ・送料は全国どこでも一律の値段
- ・対応サイズが幅広く、A4～160サイズ（一番大きいダンボールのサイズ）まで対応
- ・配送状況がいつでも確認できる
- ・匿名で発送することができる
- ・配送時にトラブルが発生したら、メルカリがサポートしてくれる
- ・宛名書きをしなくても良い

といったメリットがあります。自分で面倒な配送手続きをすることなく、配送業者も手配する必要もなく、安心して商品の発送を行うことができます。

● メルカリのデメリット

後に詳しく話しますが、メルカリユーザーは若い女性が非常に多く、その影響もあってか、**販売価格が高い商品は売れづらい傾向**にあります。

フリマアプリという性質上、どうしても若いユーザーが多いので、マナーのレベルが低い人や礼儀が不十分な人がいます。例えば、しつこく値切りの交渉などをしてくるユーザーがいたりするので、その対応も面倒です。

▶ ユーザー層と売れ筋商品の理解

以上、Amazon、ヤフオク、メルカリのサービスの特徴を解説してきました。

サービスの特徴が異なるということはユーザー層も異なってきます。ユーザー層が異なると、当然ですが売しやすい商品なども変わってきます。

これは不用品販売に限らず、あらゆるビジネスに共通することですが、

- ・「ビジネスのターゲットをどこに置くか？」
- ・「ターゲットが求めているものは何か？」
- ・「ターゲットは何を考えているのか？その心理は？」

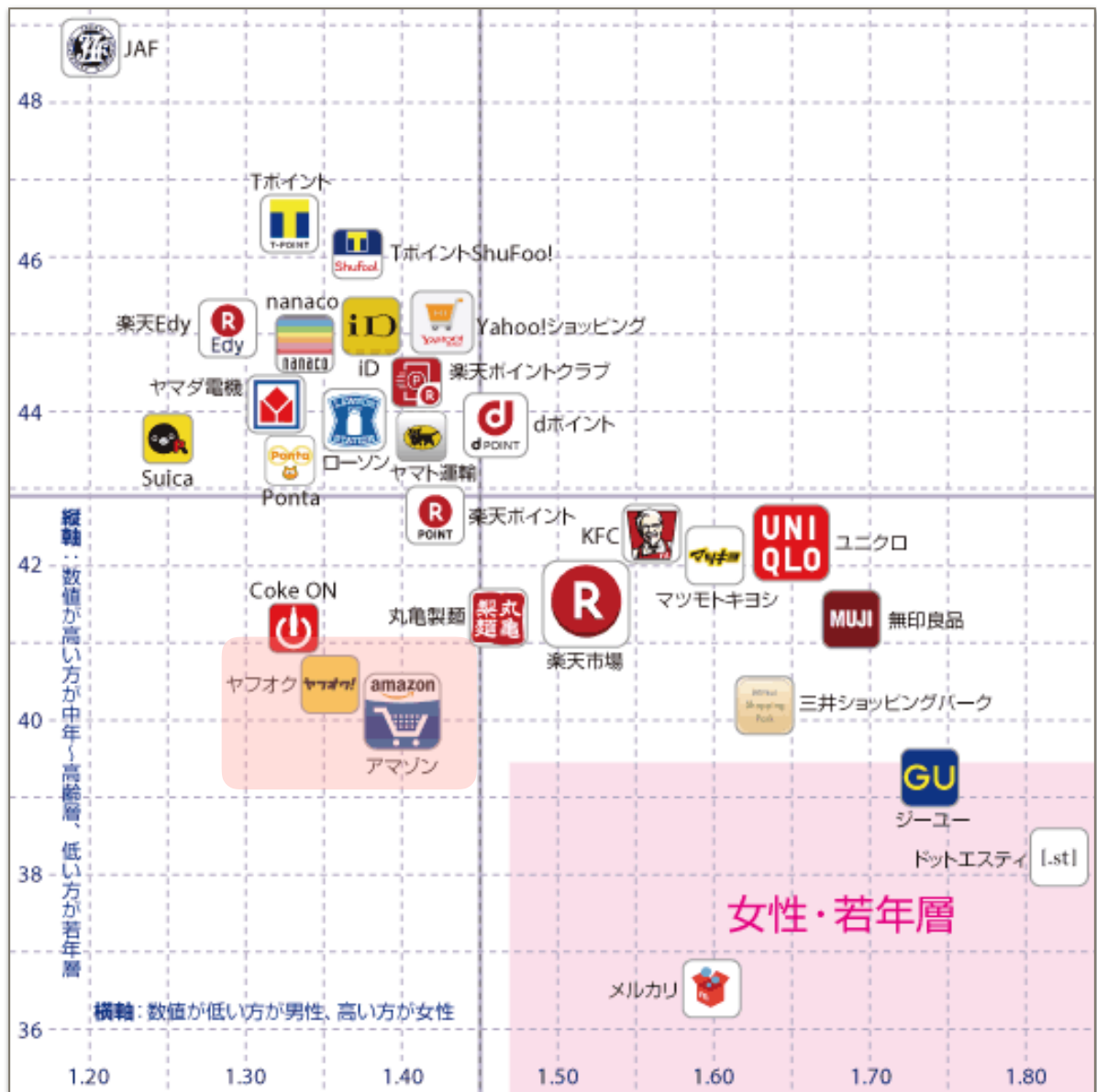
これらを想定しておくことは非常に大事です。

**『見込み客にまず興味を持ってもらい、
共感を起こし購買意欲を高め、お客さんになってもらう』**

そのためには、まず「消費者心理の理解」が必要不可欠です。

その第一歩としても、それぞれのサービスのユーザー層について、ここでしっかり把握しておきましょう。

では、こちらの表をご覧ください。



出典：ネットショップ担当フォーラム『ショッピング関連アプリのポジショニングマップ
(2017年7月／「ショッピング」「ライフスタイル」上位アプリ)』

横軸は、左に行くほど男性が多く、右に行くほど女性が多いことを示しています。

縦軸は、上に行くほど年齢層が高く、下に行くほど年齢層が低いことを示しています。

この表から、先程紹介した3つのサービスにおけるユーザーの特徴を大まかに読み取ることができますね。

それぞれの特徴を簡単に分析しておくと、以下の通りになります。

POINT

- **Amazon：**
3つのサービス中でも真ん中の位置にあり、
老若男女問わず幅広いユーザーに利用されている
- **ヤフオク：**
男性ユーザーが多く、若年層より中高年のユーザーによく利用されている
- **メルカリ：**
女性ユーザーが多く、若年層のユーザーによく利用されている

これらのことを簡単に押さえておくだけでも、それぞれのサービスで売りやすい商品を予想することが出来ますよね。

例えばAmazonは、老若男女問わず幅広いユーザーが利用しているので、「生活家電」「キッチン用品」「食品」「薬」など、『万人にとって必要な商品』がよく売れているはずです。

実際に、下の画像のAmazonの人気ジャンルをご覧ください。

ランキング	Amazonの人気ジャンル
1	家電&カメラ
2	ホーム&キッチン
3	ドラッグストア
4	ファッション
5	食品・飲料・お酒
6	スポーツ&アウトドア
7	車&バイク
8	本
9	服&ファッション小物
10	パソコン・周辺機器

出典：株式会社アドウェイズサイト

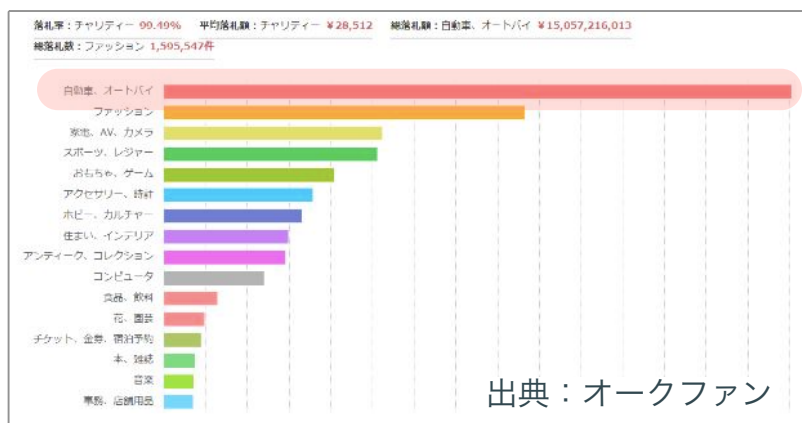
やはり「家電&カメラ」「ホーム&キッチン」「ドラッグストア」と、どんな人でも必要な商品が人気ジャンルのTOP3にランクインしています。

続いてヤフオク！のケースでは、中高年の男性ユーザーによく利用されているので、「自動車」「バイク」「ゴルフ用品」などがよく売れているはずです。

実際にヤフオク！でよく売れている商品を見てみると、

予想通り、
売上1位の商品ジャンルが
「自動車、オートバイ」
になっていますね。

ゴルフ用品がよく売れている
ことに応じて、
スポーツ用品も売上4位に
ランクインしています。



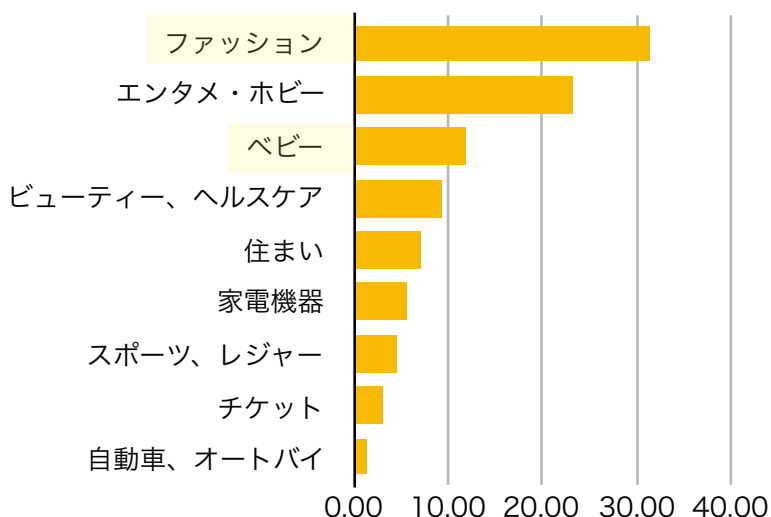
最後にメルカリのケースです。メルカリは若年層の女性ユーザーからよく利用されているので、「服」「カバン」「化粧品」などが多く売れているはずですね。

ご覧のように、服やカバンなどの「ファッション」に関連する商品が最もよく売れています。

ベビー用品も売上3位にランクインしていますが、このデータから若いママさんもメルカリを利用していることが読み取れます。

ちなみに最近、メルカリは10～20代の若い男性ユーザーの利用が増えてきています。

この事実を踏まえると、「スーツ」や「靴」などのファッション用品、「ゲーム」や「漫画」などのエンタメ用品も売やすいことが予想できます。



参照：ECのミカタ

以上、ごく簡単な分析ではありましたが、ここで理解して頂きたかったのは、

「マーケットをよく理解すること」

「お客さんが求めているものを知ること」

そのためのリサーチや分析が、転売や不用品販売においては非常に大事だということ。

「**転売はリサーチが全てだ**」と言う人もいるほど、露骨に利益に直結してきます。

もちろん、転売に限らず全てのビジネスにおいて **「自分のお客さんがどんな人で、どんな悩みを抱えていて、何を求めているか？」**などを徹底的に理解することは不可欠ですし、個人レベルのビジネスにおいてはこれがマーケティングの核心部分となります。

逆に言えば、それさえ分かれば、あとは集客から販売までの導線を作れば商品なんて勝手に売れて当然なんです。そのための仕組みづくりや自動化も、ネットを使ったビジネスであれば簡単にできます。

つまり、最初からこういった意識を持って不用品販売に取り組むかどうかで、目の前の利益はもちろん、その先の成長や結果も大きく変わってくるということですね。

是非、不用品販売を『消費者心理やマーケットの理解を磨く機会』と捉えて実践してほしいと思います。

第 2 章 不用品販売～実践編～

▶ メルカリで不用品販売に挑戦しよう

それでは、いよいよ不用品販売の具体的なやり方を解説していこうと思います。

ここからは是非、スマホやPCなどで実際に作業しながら読んでください。

先ほど不用品販売ができるサイトとしてAmazon、ヤフオク！、メルカリの3つをご紹介しましたが、今回は、

- ・アプリをダウンロードすればすぐ始められる
- ・出品してから売れるまでが比較的早い
- ・商品の配送手続きが簡単
- ・サポートが手厚い
- ・若年層向けの商品が幅広く売れる

これらの「初心者でも始めやすい」という特徴から、メルカリを例に解説していこうと思います。

途中で不用品をなるべく高く売るためのコツなどについても解説しています。

不用品販売では、ほんのちょっとした手間や工夫で、平気で利益が数千円～数万円変わります。

せっかく時間や労力を使って不用品販売に取り組むわけですから、できるだけ高くで売れた方が嬉しいはずです。是非、それらの手間や工夫は惜しまずに取り組んでいきましょう。

そのために、写真の撮り方や商品名、販売価格といった初歩的なことはもちろん、**「商品をいかに魅力的に感じてもらえるか？」****「利益を最大化するにはどうすれば良いか？」**といったこともお話していければなと思います。

この辺りを疎かにしてしまう人が非常に多いのですが、適当に実践して利益が出たところで、「家にあるいらないものを適当にお金に変えた」という経験しか得られません。

自分の頭で考えて行動し、その結果、ちゃんと利益を得ること。

をしないのであれば、ぶっちゃけアルバイトでお金を稼ぐほうが合理的です(笑)

ここで得られた成功体験や自信を、今後自分でビジネスをしていく上で役立つものにしていくためにも、個人事業主としての自覚を持ってやっていきましょう。

● アプリをダウンロード&会員登録しよう

それではまず、メルカリのアプリをダウンロードして、会員登録を済ませましょう。

メールアドレス、Twitterアカウント、Facebookアカウントのいずれかを持っていれば、会員登録をすることが出来ます。

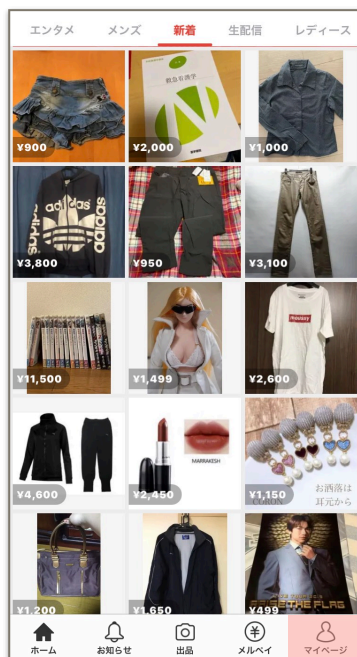
App storeまたはGoogle Play Storeの検索に「メルカリ」と入力し、アプリをダウンロードします。ダウンロードが出来たら、案内にしたがって会員登録手続を進めていきましょう。



なお、メルカリの公式HP (<https://www.mercari.com/jp/>) からでも会員登録ができます。

● プロフィールを設定しよう

① 『マイページ』 をタップ



② 『個人情報設定』 をタップ



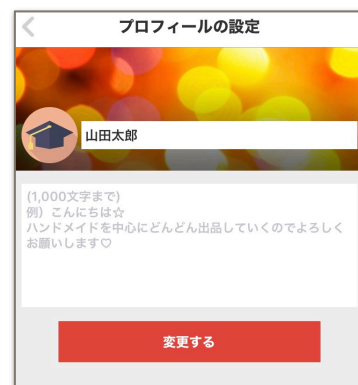
③ 『プロフィール』 をタップ



ここで書くべきことは以下の2つです。

- ① 名前(ハンドルネーム可)
- ② プロフィール文

プロフィール文には必要なことのみ、
簡潔に記載しておきましょう。



プロフィール記入例)

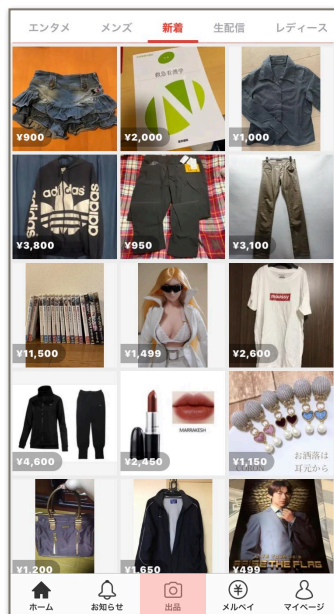
- ・当方会社員のため、発送は基本的に土日祝のみとなります。
- ・商品が傷まないよう丁寧に梱包するよう心がけておりますが、再利用の箱に入れて送ったり、緩衝材として新聞紙を使う場合もございます。
- ・ご質問がある場合、遠慮なくコメント欄にお書きください。
返答は出来る限り24時間以内にしています。
- ・お互い気持ちよく取引が出来るよう頑張りますので、どうぞよろしくお願いいたします。

＊プロフィール欄は読まない人も多いので、発送や梱包に関すること、注意事項などは各商品説明欄にも書くようにしましょう。

● メルカリの出品の手順

プロフィールが書けたら、早速メルカリで不用品を出品していきましょう。

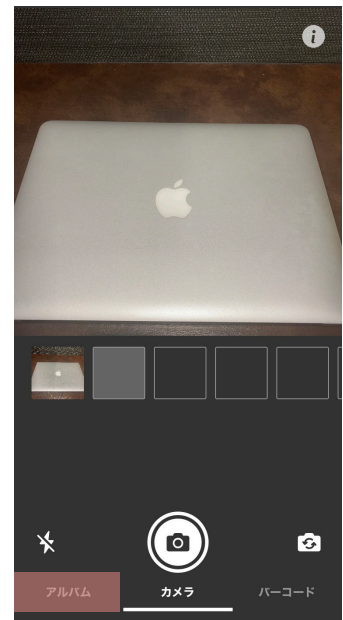
① 出品ボタンをタップ



② カメラマークをタップ



③ カメラで商品を撮影



● 魅力的な商品の写真を撮るコツ

「メルカリで商品を買いたいと思っている人が1番最初に見るものといえば？」

突然クイズ調になりましたが(笑)、正解は**商品の写真**ですね。

それも1枚目に設定されている写真が1番最初に目に入ります。

ここでの第一印象が”全ての勝敗を決する”と思ってください。

ビジネスにおけるあらゆるシーンにおいても第一印象というのは大切です。

ネット広告や商品の販売ページ、飲食店の看板や店構え、営業マンの身なり、本の表紙など、外見というのは売れ行きや成約を左右する非常に大切な要素です。

仮にその商品を欲しいなと思っていても、ヨレヨレのTシャツを着て鼻毛が出てる人にセールスされたら、例えその人の営業トークが巧みだったとしても、商品を買う気は失せますよね(笑)

ウェブページ(LPや販売ページ)なども、最も重視されているのは一番上の部分(ヘッダー部分)です。そこで訪問者の目を引けない限り、商品の成約など夢のまた夢ですからね。**だからコピーライターはヘッダー部分に最も力を入れます。ヘッダー1つで売上が何倍も変わることを知っているからです。**

そして、メルカリにおけるヘッダーとは、商品の写真

ここでNG判定を食らえば、説明文さえ読まれることはありません。ビジネスにおいて商品がマグレで売れるなんてことはないのです。

売れるとしても、商品の価格が相場よりも極端に安い場合のみです。でもそうすると利益はほとんど得られません。

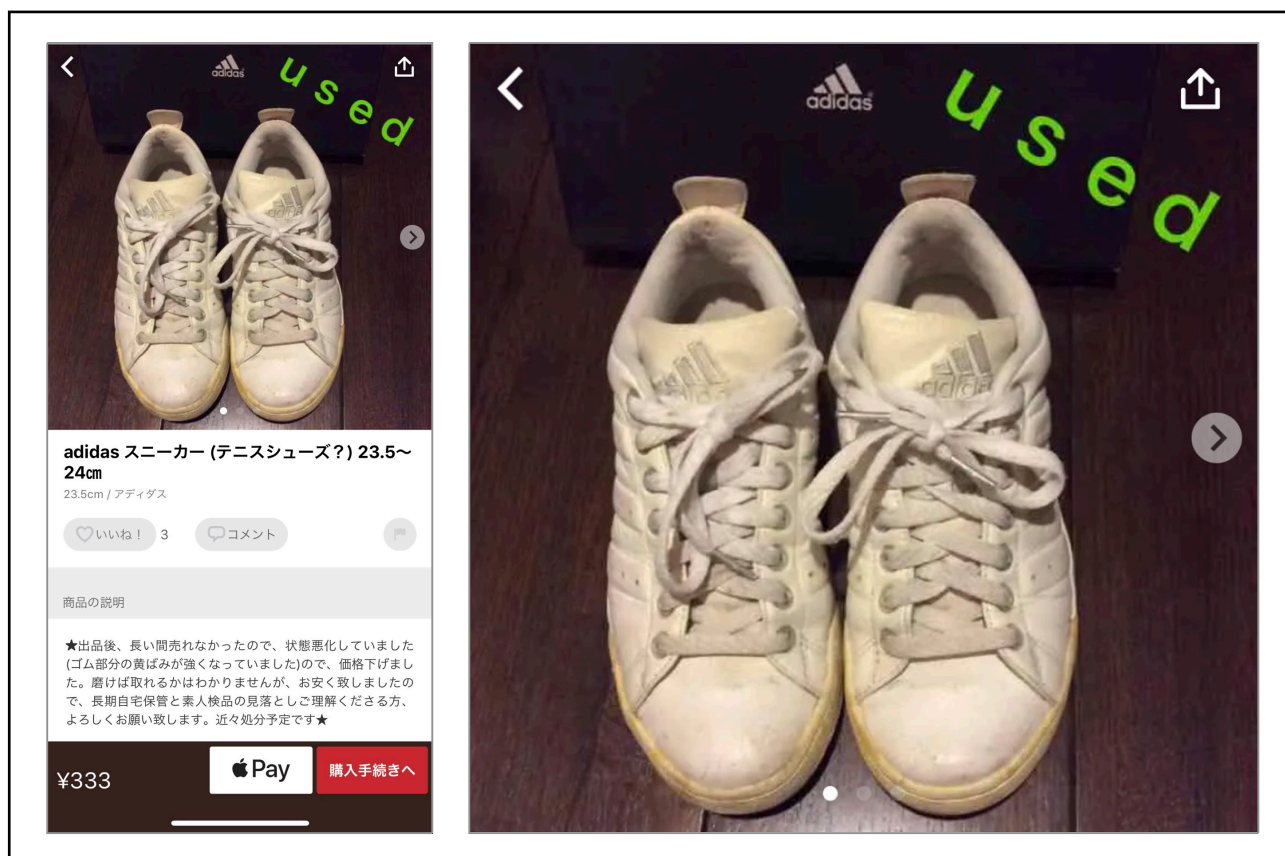
なので、しっかりと利益を上げるためには、

写真を綺麗に撮るだけではなく、

『商品自体を綺麗にすること』

も大切になってくるんですね。

例えば、この商品を見てみてください。



出品者の方には申し訳ないのですが、正直言って汚いですよね...(笑)

この写真を見ても「確かに安いけど、それでもあまり買いたくないな...」と思う人が多いでしょう。事実、まだ買い手がついていません。

この出品者の方に限らず、面倒臭がって商品を綺麗にしないまま出品してしまう人が多いんです。

「え、こんな初歩的なことも出来ない人がいるの？」

と思う人も中にはいるかもしれませんが、メルカリ内で検索してみると、おもしろいほど沢山出てきます(笑)

お客さんの立場になればすぐに分かることなのに、実際に自分が出品する側になって立場が変わった途端、急にそれを見落としてしまう人が多いんですね。

お客さんの立場になって考えること。何度も言いますが、この「消費者心理の理解」は写真1つにも表れてくるということです。

では次に、**写真の撮り方の工夫**について簡単に説明します。

最も簡単な目安としては、自分がお客さんの立場になってそれを見たときに、
「欲しい!」と思えるかどうか？
です(特に1枚目)。

別にプロのカメラマンのクオリティを求めているわけではないので、難しいことはではありません。機材もスマホでOKです。

意識すべきポイントを簡単に4点だけご紹介します。

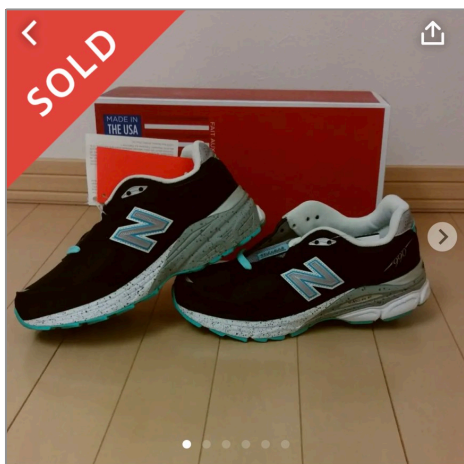
POINT

- ① ピントの合った明るい写真を撮る
- ② 正面だけでなく色んな角度の写真を撮る
- ③ 傷や汚れがある場合は、隠さずに写す
- ④ 最も魅力的に撮れた写真を1枚目に設定

メルカリの場合は10枚まで写真を載せることができるので、10枚フルに使って商品の魅力を伝えましょう。

具体的にどうやって撮れば良いか分からない時は、同じジャンルの商品でうまい写真のものを調べて真似すればいいでしょう。

例えば、こんなかんじです。



POINT

- ① ピントの合った明るい写真
- ② 正面だけでなく色んな角度の写真を撮る
- ③ 傷や汚れがある場合は、隠さずに写す
- ④ 最も魅力的に撮れた写真を1枚目に設定

● カテゴリーと商品の状態の記入

さて、無事に写真撮影が終わったら、次にカテゴリーと商品の状態を選択します。

商品の写真を設定すると、カテゴリーが自動的に選択されます。

カテゴリー選択の際にはこの自動選択も一つの参考にしましょう。

カテゴリーをきちんと設定しておくことで商品も売れやすくなるので、できるだけ商品に合ったカテゴリーを選択しましょう。

カテゴリー	
検索	
レディース	>
メンズ	>
ベビー・キッズ	>
インテリア・住まい・小物	>
本・音楽・ゲーム	>
おもちゃ・ホビー・グッズ	>
コスメ・香水・美容	>
家電・スマホ・カメラ	>
スポーツ・レジャー	>

商品の状態も信頼につながるため、
ウソはつかず正直に選択しましょう。

商品の状態の選択が終わったら、
次は商品名と説明文を記入します。

こちらもカテゴリー選択と同様、
商品の写真を設定すると

ある程度自動的に記入してくれています。

しかし、商品名や説明文は
商品の写真の次に大事なポイントなので、
必ず自分で書きましょう。

商品の状態や写真が如何に綺麗だったとしても、
商品名や説明文がいい加減に書かれていたら、
「この販売者、大丈夫かな？」「ちゃんと商品を送ってくれるのかな？」
と不安に思われてしまいますからね。

商品を提案してから成約するまでの導線においては、

『不誠実・不透明というのは徹底的になくさないといけません。』

「説明文に商品の傷についての説明がない(不誠実)」

「商品の写真が一方向から撮ったものしかない(不透明)」

こういったことが1つでもあると、お客さんは不安がって購入することを躊躇います。

是非、細かなところまで気配りをして、お客さんの不安を徹底的になくし安心して買ってもらえるように、手を抜かず丁寧に書いていきましょうね。

● タイトル（商品名）の書き方

タイトル（商品名）を書く時に大切なポイントは、以下の3点です。

POINT

- ❶ 商品名を必ず書く
- ❷ 検索を意識したワードを入れる
- ❸ アピールポイントを書く

まず1点目、**「商品名」**を入れないと何かわからないので、必ず商品名を入れておきましょう。当たり前ですね(笑)

次に2点目、**「検索を意識したワードを入れる」**ですが、具体的には”その商品が識別できる特徴を商品名に書いておくこと”です。

例えばディズニーランド限定のぬいぐるみなら、ぬいぐるみ名だけでなく「ディズニーランド限定」という言葉で検索する人も多いので、ディズニーランド限定という言葉の商品名に入れておきます。

このように、見込み客が検索していそうなワードを上手く入れることでアクセスが増えます。ちなみに見込み客の検索ワードを意識することを、WEBの業界ではSEO(検索エンジン最適化)と言いますが、この姿勢はメルカリにおいても重要だということですね。

最後に、**「アピールポイントを書く」**ですが、これは、例えば「送料無料」や「未開封」「美品」「値下げ」などのお得感や商品の魅力を伝える言葉を書くことです。

アピールポイントは商品名の前に入れておきましょう。
商品が一覧表示された時にパッと目に付くようになります。

一覧表示されたときに、沢山ある商品の中から自分の商品をクリックしてもらうためには、他の商品とできるだけ差別化をしたいですからね。

以上3点を意識すると、

例えばこんなタイトルになります。

<タイトル例>

【美品】 ディズニーランド限定 ダッフィーぬいぐるみ

POINT

① 商品名を書く

『ダッフィーぬいぐるみ』

② 検索を意識したワードを入れる

『ディズニーランド限定』

③ アピールポイントを書く

『美品』



● 説明文の書き方

商品説明には、商品写真だけでは伝えきれないことを書きます。

- ・商品の特徴（使い方やアピールできるポイントなど）
- ・商品の状態（使用回数や汚れや傷など）
- ・商品の型番やメーカー名（分かれば）
- ・商品の仕様（サイズや素材、カラーや重量など）
- ・発送や梱包における注意事項
- ・その他、値下げはできるかなどの情報

これらを箇条書きにして、読みやすいように適度な行間を持たせます。長すぎるとお客さんには読んでもらえないので、適度なボリュームで書くようにしましょう。

やはりお客さんの立場に立って、お客さんが知りたいと思う情報を簡潔に伝えることが大切です。

発送や梱包・値下げの件などをプロフィールにだけ書いている出品者もありますが、プロフィールは読まない人も多いので、商品説明に書き添えておくことで未然にトラブルを防げます。

商品名や説明文の書き方も、上手な書き方が分からなければ、他の出品者の上手な例をいくつか見て参考にしましょう。最初は真似することが大切です。

例えばこの方は上手く書けています。

説明文に

- ・「女性らしい1枚」
- ・「重宝すること間違いなし！」
- ・「表情のあるスラブ素材」

など、魅力的なキーワードが散りばめられており、うまく見込み客に刺さりそうな文章に仕上がっています。

実際に7,000円という価格で売られています。

ただ、洋服は店舗と違って手に取れないので、着心地を説明文に入れておくと尚良いですね。

例えば、

- ・透け感があるのか
- ・生地は薄手か厚手か、柔らかいのか
- ・ゆったり着られるのか、タイトなのか

ということまで伝えるとより良いでしょう。

(これも不誠実・不透明をなくすという考え方ですね)

このように、他の出品者の商品名や説明文を沢山見て、あなた自身が魅力的に感じた商品名やフレーズなどをメモしておくのがオススメです。

商品名・説明文まで入力できたら、出品まであと少しです。画面を下に進めて、残りの項目も埋めていきましょう。



グリーンレーベルリラクシング ジャケット スカート スーツ上下

S / グリーン レーベル リラクシング

いいね！ 25

コメント

商品の説明

ジャケットとスカートの同素材スーツ上下セットです。

●ジャケット
表情のあるスラブ素材が上品なテーラードジャケット。1つボタンでスッキリとしたシルエットが女性らしい1枚です。

セットアップとしてはもちろん、単品ジャケットとしても重宝すること間違いなし！

●スカート
表情のあるスラブ素材が上品なスカート。ウエストにタックを施して丸みのあるコクーンシルエットの仕上げてあります。

セットアップとしてはもちろん、華やかなブラウスやアクセサリーをプラスすれば、オケージョンシーンにも活躍します！

【ブランド】 green label relaxing
【色】 ベージュ
【参考価格】
ジャケット ¥19,440
スカート ¥11,880

【表記タグ】 両方 36

▶ジャケット /採寸 (cm)
肩幅36 身幅41 袖丈57 着丈53

▶スカート /採寸 (cm)
ウエスト33 着丈49

▶着用回数 5回

シワなどの使用感あり。ジャケットの内側、右脇とタグに色移りがあります。(インナーで着用した服のものと)

送料込み

¥7,000

売り切れました

● 発送の設定

まず、配送料の負担について選択します。配送料は出品者負担か、購入者負担かどちらかを選ぶのですが、**出品者負担の方が圧倒的に売れやすくなるので、基本的には出品者負担にするのがオススメです。**

<

配送料の負担

送料込みにすると売れやすくなります

送料込み(出品者負担) ☒

着払い(購入者負担) ☐

配送方法の決め方 >

次は配送の方法を選択します。

「らくらくメルカリ便」

「ゆうゆうメルカリ便」

は送料も安く匿名で出品できるのでオススメです。

続いて発送元の地域、発送までの日数を入力、そして販売価格の入力をしていきましょう。

発送元の地域 (必須) >

発送までの日数 2~3日で発送 >

らくらくメルカリ便

補償 集荷 匿名配送

持込場所:

A4

ネコポス (全国一律) ￥195

宅急便コンパクト (全国一律) ￥380
※専用BOX(65円)

宅急便 (全国一律) ￥700~
60cm-160cm

ゆうゆうメルカリ便

補償 郵便局/コンビニ受取 匿名配送

持込場所:

A4

ゆうパケット (全国一律) ￥175

ゆうパック (全国一律) ￥700~
60cm-100cm

● 販売価格の決め方

商品の販売価格を決める前に、その商品の相場を調べておくことは必須です。

価格調査・決定というのはあらゆるビジネスにおいて大事な作業なので、不用品販売においても自分の商品や類似商品の相場を調べて、商品の適性価格を見定めていきましょう。

商品の相場を調べる最も簡単な方法は、『メルカリで検索すること』です。

以下のように、検索窓に商品名を入れた後、「絞り込み」を押し「売り切れ」にチェックを入れて検索すれば、実際に売れる商品はどれくらいの価格なのか、大まかな見当を付けることができます。

商品名を絞れば絞るほど、より精緻な相場が調べられますよ。

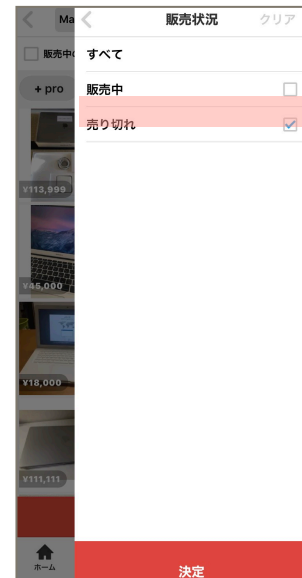
① 『絞り込み』 をタップ



② 『販売状況』 をタップ



③ 売り切れにチェック



もう少し詳しく商品の相場を調べたい場合は、「オークファン」「モノレート」というサイトを使うと良いでしょう。

オークファンは主にヤフオクでの相場を調べ、モノレートはAmazonの相場を調べるものです。

どちらも使用方法は簡単で、相場を知りたい商品の名前を検索窓に入れるだけです。



- **オークファン**

公式サイト：<https://aucfan.com/>

- **モノレート**

公式サイト：<https://mnrate.com/>

商品名は厳密なものでもなくて大丈夫です。

ざっくりとしたキーワードや関連ワードでもヒットします。

検索すると、過去の商品の落札価格が出ているので、これを見ることで商品の相場を知ることができます。例えば、MacBookであれば平均で以下の価格で売れていることが分かりますね。



こういった価格を基準に、自分の商品の状態なども加味して販売価格を決めましょう。

販売価格の入力ができたら、販売手数料が自動的に表示されます。メルカリでは販売価格の10%が販売手数料としてかかります。この手数料を差し引いた額が販売利益となります。

それでは全ての項目の入力と確認が出来たら、出品するボタンをタップしましょう。

これで遂に出品が完了です！お疲れ様でした！

▶ 売れやすい不用品の具体例

ここからは、メルカリで売れやすい不用品の例を紹介していこうと思います。

一般的に「売れやすい不用品」というと、例えば着なくなった服や、子供の頃に読んでいた漫画などをイメージされるかもしれませんが、メルカリではジャンル問わず非常に幅広い不用品が売れています。**つまり、基本的には何でも売れると思って頂いて大丈夫です。**

それこそ「これ、何に使うの!？」と思うようなものも売れたりします(笑)

自分にとっては必要ないと思えるモノであっても、他の”誰か”がそれを必要としていて、かつその誰か”が納得できる価格であれば、商品というのはちゃんと売れるんですね。

ただ当然ですが、自分の商品が他の”誰か”に必要とされているかどうかは、実際に市場に出してみないと分かりません。

だからこそ、まずはとにかく自分の商品を市場に出してみて、売れるかどうかのフィードバックを得ることが大切です。

これは今後自分でビジネスをしていくときにも思い出して欲しい話ですが、**ビジネスというのは本当に試行錯誤の世界です。**市場から早くフィードバックを受け、上手くいった部分は継続し、失敗した部分は改善するなど、早めの軌道修正を図ること、そしてそのサイクルを早く回すことで、ビジネスの成功確率というのはどんどん高めていくことができるのです。

ただ、普通のビジネスであれば自分の商品やサービスを開発すること自体に膨大な時間がかかるので、商品やサービスを市場に出してフィードバックを受けるまでにもかなりの時間がかかりますが、不用品販売の場合は単に自分がいらなくなったモノを市場に出せば良いだけです。

つまり、売れるか売れないかのフィードバックをすぐに得ることができます。

なので、不用品販売をそういった経験を積む良い機会、と捉えて実践してもらえればと思います。

今回ご紹介する不用品の中には「こんなモノが売れるの！？だったら何でも売れるじゃん！」と思えるような若干ネタ要素が混じったものも敢えて入れているので、是非、不用品販売に対する挑戦のハードルを下げてもらえればと思います(笑)

それでは、早速紹介していきますね。

① 子供服

子供服は不用品の代表格と言えるでしょう。子供が成長するにつれて子供服は必ず要らなくなるものですが、ただ捨てるだけではもったいないですね。

そんな時、メルカリで出品すると、思いもよらない高額で売れる可能性があります。

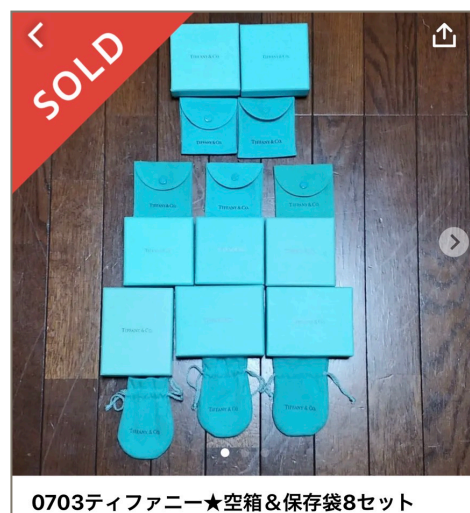
特に、先ほどお話した通りメルカリには若いママさんユーザーもいますから、子供服は売れやすい傾向にあります。



② ブランド品などの空箱

商品の空箱や保存袋なども売れます。特に人気ブランドの空箱であれば2,000円～3,000円で売ることができます。

こういった空箱は本来捨ててしまってもおかしくないモノなので、それが数千円というお金に変えられるのは嬉しいですね。

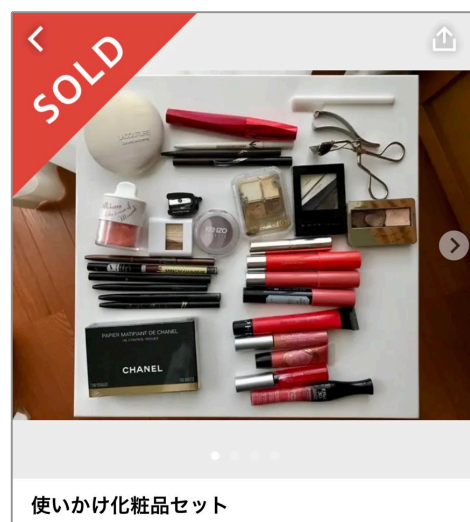


③ 使いかけの化粧品

使いかけの化粧品でも、有名ブランドのものであったり、数を集めてまとめて売ったりすることで、意外と高い値段で売ることができます。

特に、化粧品は実際に試してみなければ価値が分からないものも多いので、お試しで使ってみたいというニーズがあるんですね。

そしてお試しで使う時は「できるだけ安く済ませたい」と考える人が多いので、女性ユーザー数が多いメルカリでは、使いかけの化粧品でも意外と売れる傾向にあります。



④ 参考書

参考書も不用品でよく売れる代表例ですね。

書籍系は量があると意外に場所をとりますし、重くて処分に困ることも多いので、メルカリでお金に変えることができるのは嬉しいですね。

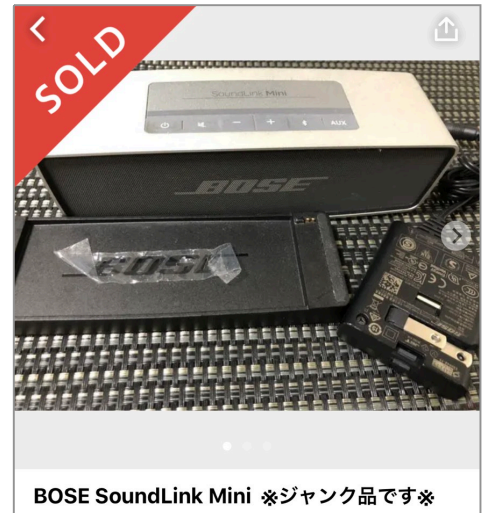
この場合も、商品の状態は詳しく伝えるようにしましょう。特に問題集などは「書き込みがあるかないか」等の使用感は気になるところ。お客さんに不安を与えることのないよう、丁寧な説明文を心がけましょう。



⑤ ジャンク品の電化製品

PC周辺機器やゲーム機などは、一部故障している電化製品でも「ジャンク品」と記載すれば売れることがあります。

ただ当然ですが「どこが壊れているのか」「使用感はどうな感じか」などは詳しく書きましょう。ジャンク品でも、その理由が明らかであれば、納得してくれたお客さんはちゃんと買ってくれます。

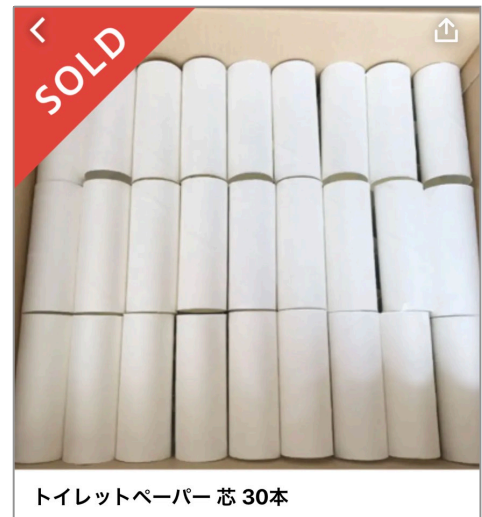


⑥ トイレトペーパーの芯

ほとんどの人が使ったら捨てるトイレトペーパーの芯ですが、なんとメルカリで売ることが出来てしまいます(笑)

購入者はおそらく、幼稚園や学校での子どもの工作用の材料に使っているものだと考えられます。

だいたい1本5円～10円で出品されており、金額的には大したことはないですが「普通はゴミにしかないようなものでもメルカリを使えば売ってお金に変えることができる」例としてご紹介しておきました。



▶ 不用品販売から転売ビジネスへのステップアップ

以上、ここまで不用品販売のやり方について詳しく解説してきたわけですが、ここでは少しだけ発展的な内容にも触れておきたいと思います。

冒頭でもお話しした通り、不用品販売をキッカケに、転売ビジネスやインターネットビジネスなどに取り組むようになり、副業として成功を収めた人、自営業者として大きく稼げるようになった人、起業して経営者として様々なビジネスを展開するようになった人というのは沢山います。

これを読んでくださってる方も、将来何らかの形で自分のビジネスを構築したりすることに少なからず興味があると思います。

ですので、ここでは次のステップとして、

ちょっとだけ転売ビジネスの視点を持って不用品販売を実践してみる

ことについて、軽くだけ触れておきたいと思います。

まず、転売ビジネスで成果を出すため最も重要な作業はリサーチです。

でもリサーチって何なのでしょう？

具体的に何をやればいいのでしょうか？

不用品販売のシーンで求められるリサーチというのは以下の3つでした。

- ① 売れ筋商品のリサーチ...どの商品がよく売れているのかを調べる
- ② 価格相場のリサーチ...商品が市場でどれくらいの価格で取引されているかを調べる
- ③ 競合他者のリサーチ...他の人がどのように商品売っているかを調べる

一応軽く復習しておくとして、売れ筋商品についてはAmazonやヤフオク!、メルカリの売れ筋商品ランキングを見れば大枠が掴めると言いました。

価格相場については、メルカリ内で検索してみたり、モノレートやオークファンなどのサイトを使って詳しく調べることができましたよね。

競合他者については、自分がお客さんの目線に立って、他の出品者の商品のタイトルや説明文、写真の撮り方などを沢山見て、何が上手で何が下手かを分析すればよかったですね。

基本的な説明に留まりましたが、**実は転売におけるリサーチというのもこの3つしかないんです。**

つまり、転売で最も重要なリサーチの視点をあなたはもう既に持っているんです。もちろん知識として頭に入れただけでは何の意味もありますが、あとはそれを実践を通して肌感覚として掴むことができれば、それは同時に転売ビジネスの基礎も同時に身についたことにもなるんです。

ただ1つだけ、転売ビジネスにはあって、不用品販売にはないものがあります。

それが、仕入れです。

不用品販売は自宅にある要らないモノを売るだけですからね。コストは一切かかりません、在庫を抱えるリスクもありません、つまり赤字になることは100%ありません。

しかし、ビジネスにおいてリスクとリターンというのは必ず表裏一体です。

リスクを取れば取るほど(正しい戦略であれば)、望めるリターンも大きくなります。
逆に言えば、リスクを取らずして大きなリターンは得ることはできません。

そのリスクというのは必ずしもお金だけではなく、時間だったり自分の労力だったり、時には人脈だったり不自由さだったりします。

「不用品販売よりも転売ビジネスのほうが上手くいけば儲かる」というのは感覚的に理解してもらえと思いますが、それが何故かという1つの答えとしては、転売ビジネスは仕入れをしているから、つまりリスクを取っているから、と言えるんですね。

なのでここでは、リスクの少ない仕入れについて、簡単に説明しておきたいと思います。

メルカリを使ったリスクが少ない仕入れの実践といえば、

『メルカリで商品を仕入れて、メルカリで売る』という方法

です。

「え？」と思われたかもしれませんが(笑)、意外とこれが有効なんです。

どういうことかと言うと、メルカリの出品者というのはAmazonやヤフオク！に比べると、素人が沢山います。商用利用ではなく、暇つぶしやお小遣い稼ぎの一環として利用してる人が多いんですね。

だから、上で説明したようなリサーチなどもせず、商品を手入れすることもなく、写真の撮り方も下手くそで、説明文も不十分ゆえに、商品自体は悪くないに全く売れていないもののor相場よりもはるかに安く売られているもの、というのが沢山眠っているんです。

なので、これらの正当に評価されていない商品を敢えてあなたが買ってみるのです。

そして、これまで解説してきたような「なるべく高く売る工夫」を施した上で、その商品を再度出品してみましょう。

商品を綺麗に仕立てる、写真を上手く撮る、商品名や説明文を工夫する、といった商品の魅力をしっかりアピールする施策を行うだけで、仕入れ値よりもかなり高い値段で売れる可能性があります。

そしてその仕入額と売上額の差額分が、あなたの利益になるわけです(厳密には手数料も除く)。

これによって得られた利益は、自宅にある要らないモノを販売した時と意味が全く違いますよね。

ただ不用品を販売しただけでは、自宅にあるモノを正当な価格でお金に変えただけの行為になりますが、この場合は、本来売れなかったものを購入して、あなた自身が商品に価値をつけて正当な値段で販売したわけですから、あなたの行為が付加価値を生み出したことになります。

そしてこの付加価値をつけるという行為が、ビジネスをしてお金を稼ぐということなんです。

例えば、パン屋さんがパンを1つ100円で販売したとします。パン屋さんというのは商売ですから必ずどこかで付加価値を生み出しています。

ではどこで付加価値を生み出しているかというと、仕入れた小麦粉という材料をパンというみんなが食べたい形に変換したところにあるわけですね。

つまりこの場合、パン屋さんが製粉業者から小麦粉を30円で購入したとすれば、パン屋さんが生み出した付加価値というのは、『 $100円 - 30円 = 70円$ 』になるわけです。

これに対して、

「おい、元々30円なのに100円で売りやがって！」

とツッコミを入れるお客さんはいないですよ(笑)

それを言うなら、小麦は最初畑を耕して麦を植えるところから始まってるので、ずっと元を辿れば0円のはずです。

だからぼくらはパン屋さんに「ありがとう」と思って自然にお金を払うわけです。

何が言いたいかというと、

全てのビジネスというのは付加価値を生み出す行為

と言い換えることができるんです。つまり、この付加価値を生み出す力を身につけることというのが、ビジネス力を身につけることに繋がるんですね。

そして、いま例に出した「メルカリで仕入れてメルカリで売る」という行為を、この付加価値を生み出す経験を積む機会、として捉えて実践してみたいですね。

その結果として商品が売れば、金銭的な利益以上に得られるものが大きいはずですからね。

ただ、この場合はどうしても商品を仕入れるためにお金が必要です。

中には、まだそこまでは踏み切れないという人や、もっとリスクなく利益が取れるものが良いという人もいるでしょう(笑)

そんな方向けに、不用品を0円で仕入れることができるサイトをご紹介します。

▶ 不用品を0円で仕入れる方法

不用品を0円で仕入れることができるサイトの1つがジモティーです。

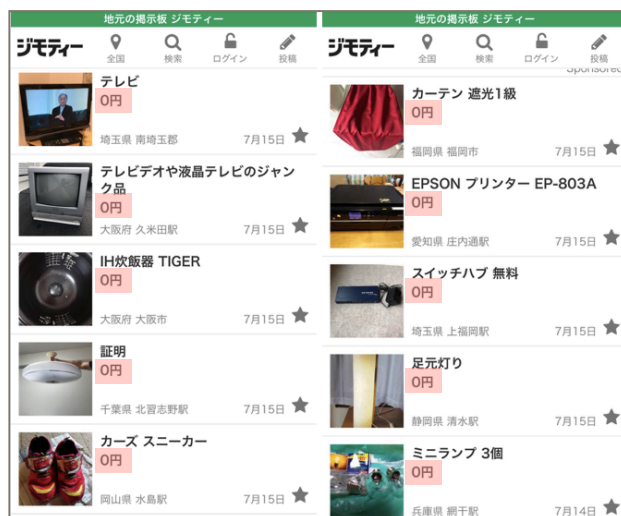


● ジモティー

公式サイト：<https://jmt.y.jp/>

サイトを見てももらえれば分かりますが、多くの不用品が0円で出品されています。

色々検索してもらえれば分かりますが、その中には高額で売れるお宝商品も沢山眠ってるんですね。ご覧の通り、テレビやカーテン、プリンターなど、高くで売れそうな商品ですら0円で売られています。驚きですよ(笑)こういった不用品を0円で引き取ってメルカリで売れば、ノーリスクで稼ぐことができます。



ジモティーには1〜2万円で売れる商品もゴロゴロ出品されているので、うまく活用すれば大きな金額を稼ぐことも可能です。是非、転売ビジネスの練習と捉えて取り組んでみましょう。

そして、商品の仕入れやリサーチ、販売のコツが掴めてきたら、仕入先をメルカリやジモティーだけでなく、BOOKOFFやTSUTAYAなどの実店舗などにも広げてみましょう。店舗仕入れではなくネット仕入れであれば家にいながら実践も出来ます。

最初はあなたがよく知ってるジャンルから始めてみる、というのも1つの手ですね。

例えば、音楽が好きな人であればCDの転売などから始めてる、家電に詳しいのであれば家電の転売から始めてみる、カメラが好きであればカメラ転売に挑戦してみる、といったイメージです。

既に興味があったり詳しいジャンルであれば、商品知識もあるでしょうし、見込み客の心理もある程度理解していると思うので、全く知らないor興味のないジャンルよりはるかに実践しやすいですからね。

もちろんいきなり自分の興味など棚上げして、稼げそうなジャンルや今流行りの転売ノウハウを学んでガッツリ実践して早く稼ぐ力を身につけたい人はそれでもいいですが、どちらにせよ、自分のペースで自分に合った形で、楽しみながら継続できる工夫をしながらやっていくといいでしょう。

まとめ

以上、不用品販売についてのレポートでした。

最後になりますが、このレポートでは、

不用品販売はあくまでも「ビジネスを始めるための軍資金の確保」と「ビジネスの実践経験を積む場」「転売というビジネスモデルの体感や実習」を目的として取り組むべきだ。

という前提で作成いたしました。

たった1人の力でお金を稼げるようになるための第一歩

その選択肢としてご紹介させてもらったわけです。

なので簡単にではありますが、不用品販売に限らず転売ビジネスにも応用が効く考え方や、ビジネス全般において必要な視点なども敢えて盛り込むようにしました。

例えば、不用品販売においては、

「市場や商品のリサーチ」
「お客さんの立場に立って考えること」
「商品を魅力的に見せる工夫」

が大切だと言ってきましたが、

「市場や商品のリサーチ」はマーケティング
「お客さんの立場に立って考えること」は消費者心理の理解
「商品を魅力的に見せる工夫」はコピーライティングやセールス

です。このレポートの内容を実践するだけでも、感覚的にこれらのビジネス視点が身につくように、ビジネスそのものを少しでも体感できるように作ったつもりです。

ビジネスというのはプログラミングや英語などと同じで、机に向かって勉強してるだけでは一生使い物になりません。実際に使ってみる・やってみるという経験があって初めて身につくものです。

ですので、是非このレポートを読んで興味を持って下さった方は、早速やってみてください、明日からでも良いので始めてみてください。そして成果が出たら私たちに報告してください。

そして、そういった小さな成功体験を積みながら、自分だけのビジネス(オウンドビジネス)を大きくしていきましょう！

それでは、今回は以上です。

あなたのビジネスの成功を心より祈っています。

ありがとうございました！