



起業3年目までの
必要な知識が
10時間で学べる
オウンドビジネス大百科

オウンドビジネスの地図
～ 物販ビジネス編 ～

全編



玉井 : こんにちは、玉井です。

伊藤 : こんにちは、伊藤です。

玉井 : 今回は、個人で始められるスモールビジネスとして、転売をね。まあスモールといっても、規模を大きくしていけば中小企業がやっている貿易ビジネスになるわけで。もっと大きくなると商社とか、まあ、商社までいくとちょっと違うけ。でも、ビジネスの原理原則的には転売と同じやから。

伊藤 : そうですね。

玉井 : あとは、外注だとか自社ブランド作ってやっていくとか。それはまあこれから話すけど、1人でも組織化、システム化して中小規模でやれば年商何億とかってスケールは目指せるので。スモールビジネスから始められる、月数十万円っていうレベルから始められるものとしての転売、言ったらお小遣い稼ぎではなくて、しっかり個人起業としての転売、ビジネス力、起業力が身につくものとしての転売、について迫っていきたいなど。

伊藤 : おもしろいビジネスの一つとしてって感じですね。

玉井　：そう、むっちゃ雑に言ったらそうで。まあ、転売ってもしかしたら「せどり」という言葉のほうが馴染みがあるって人もいると思うけど。まあ、そのせどりと一緒やから、転売の働き方やビジネスモデルの解剖とか、あとはガッツリとしたノウハウなども交えながら、ネットビジネスと同じく、目的はまず全体像ってのをしっかり掴んでもらえるように、解説していきたいなと。んで、できるだけ、初心者の人向けに話そうと思うんやけど。これはネットビジネスのほうでも言ったけども、「これから新しくビジネスにチャレンジしようと思ってる人向けに、まずは沢山選択肢を知ってもらいたい、既にこんなに自分には選択肢があるんだ」ってことに気づいてほしい。それはイコール視野をグンと広げてほしい」っていうね。それが、この音声シリーズの一番の目的なので、細かいところは分からなくてもいいので。

伊藤　：最初は深い理解よりも広い理解のほうが大事ってことですね。

玉井　：そうそう、理解ってのは広い理解と深い理解っていう2種類があると思うんやけど、実践を始めたらどんどん、こう直線的に、深く理解していくことが大事になってくるんだけど。その前にはまず絶対に広い理解があるべきで。そこで、その初期段階で有利不利が決まる訳やんか。だって何を始めるかって現状最も大事にせなあかんテーマなんやから。で、この部分ってのが、やっぱりビジネス系の発信してる人色々いるけどさ、そこを語る人、語れる

人ってのが少ないというか、自力でネットで調べてもなかなか見えてこないところはあって。俺も最初の頃「そこ知ってたらもっと上手にやったわ！」って過去振り返って思うし。

伊藤　：いやー、分かりますね。

玉井　：だから、これ聞いてくれてる人には、そこ躓かずにやっていってもらえるように、あとは、専門用語とかキーワードもね、いっぱい喋ると思うけど、1つ1つ説明すると大変なので、その分書き起こしとかも用意すると思うので、あとで復習してもらったり、自分で調べたりしてもらおうと良いかなと。で、今回の音声の流れとしては、一旦はぼくの方では概論をだーっとしゃべるんで、ゲシュタルトをまず掴んでもらう。こんな世界なんやってところをダァッとしゃべるので。そのあとに、伊藤ちゃんが具体的な中国輸入を例に、伊藤ちゃんが最初に始めたビジネスってのが学生時代の中国輸入やったっていうことで。

伊藤　：そうですね。

玉井　：なので、その体験談も踏まえて、プラス月5万10万とかの利益を上げるためにどうしたらいいか？まあこの辺が転売においては最初の目標になってくるかと思うんやけど、そのための手順とかノウハウとかっていう実践的な話もしてもらって。あとは、これはちょっと転売とは違うけど、通販事業の話、ちょっと発展的な話になるけど原

理原則は同じやから。それも伊藤ちゃんにしてもらおうかなと、後半部分でね、思ってますと。で、あとは転売に関してでいうと、言っとかなきゃいけないのが、相変わらず前提多いけどさ。(笑)「不用品販売」とか「ダフ屋」あるやんか。

伊藤　：あーありますねー。

玉井　：中高生とかがメルカリとかでやってるやつ。家にあるいらんもの、まあ不用品を適当に出品してーみたいな。お小遣い稼ぎのイメージと言うか。ってのがあったりとか、別に最初そこから始めるのは良いんやけど、別に普通やねんけど。

伊藤　：ちゃんとビジネスとしてやるならアリですよ、軍資金集めにもなるし、出品以降の流れも経験できるし。

玉井　：そうそう。だからそれよりはダフ屋、その一芸能人のサインとかを売ったり、ライブとかイベントのチケット、行く気もないのに抽選でゲットしまくって、ほんとうに行きたい人に対して高く売りつけるみたいな、そんなイメージを転売に持ってる人もいるかもしれないと思うんで。

伊藤　：へー、ちょっと意外っすけどね。

玉井　：うん。でも、あれは違うんで、行為として確かに転売をやってるけど、「転売ビジネス」ではないから。

伊藤　：まあ、そうですね。2つともビジネスではないっすからね。

玉井　：そう。だから、今回話していくものってのは、ビジネスとしての転売の働き方とか、魅力であって。さっきも言ったけど。まあ、だから、ちゃんと職業としての仕事としての転売という働き方をしてる人たちであって。そのビジネスモデルとか、業界の雰囲気、あとは転売って実はネットビジネスとも深く絡んでるから。

伊藤　：そうですね。結構絡んでますよね。

玉井　：その視点から見た、まあ気をつけたほうがいいこととか、予め知っておいたほうが良いこともあるんで。そういう事も交えて、裏話じゃないけど、まあ沢山語っていききたいなと思ってますと。

伊藤　：はい。

玉井　：で、じゃあまず「転売って何なのか」ってところからになるんやけど。要は、アビトラで稼ぐ、アービトラージで稼ぐっていうことなんやけどさ。アービトラージってのは価格差、市場間価格差のことで。どういうことかっていうと、例えばじゃあ市場が、マーケットが2つあ

りますと。で、市場Aでは1000円で売ってる商品が、市場Bでは2000円で売ってますと。市場によって価格差つてのは生まれるから。で、「じゃあそれはなんで生まれるんですか？」ってことから説明しだすと、そもそも「商品の価格はどうやって決まるんですか？」っていう経済学の話からしないといけないから。まあ、でもそんなこと知らなくても感覚的に分かるやん、消費者目線でも。

伊藤　：そうですね、「あそこのあれは安い！」とか「高い！」とか、そんな感じのことっすからね。

玉井　：そうそう。たとえば、旅行に行って、沿海部の日本海とか太平洋に面してるところへ行ったらね。海鮮むっちゃうまいし、その上安い訳やんか。でも都内で食ったら高いとか。

伊藤　：例えば、金沢で600円くらい海鮮丼も、都内で食べたら2000円とかしますらね。

玉井　：そうそう。で、それは当然の話でさ、そこには物流とか貿易ってのがあって。じゃあ、例えば昔、イギリスは中国からお茶をいっぱい輸入してましたと。アヘン戦争時代の頃とかね、インドと三角貿易してた頃。で、それ何でなのかって言ったら、イギリス人は紅茶とか、ティーを飲む習慣があった訳でさ。それが貴族を中心にどんどん広まってたから、だから、中国のお茶美味しい！って言うてむっちゃ売れたと。だから、イギリスの貿易商が中国で

いっぱい買って、お茶をむっちゃ安い値段で運んで、イギリス帰って「高級茶葉使用です！」つつって、知らんけど、売ると。それで儲かってたっていう、例えばさ。

伊藤　：結局は供給元から需要のあるところにモノを移動させたら儲かるっていう、需要と供給を沢山マッチングさせて利益を得るっていうことですよ。

玉井　：そうそう。だから、世界はっていうか経済、国際経済は、そういう貿易で回ってるわけさ。国によって分業して生産を効率化して、作ったもん同士を取引する、交換したほうが「いや全体の生産量増えるでしょ、みんな豊かになるでしょ」っていう。「比較優位」っていう、貿易の大原則の考え方があって、多分高校経済とかでやったと思うけど。

伊藤　：正味、高校でやったかどうかは覚えてないっすけどね(笑)

玉井　：まあぶっちゃけ俺も覚えてないけど(笑)「比較優位　リカード」って調べたら出てくるんで。でも、やっぱりさ、例えば「市場間にどうして価格差が生まれるのかとか」とか「なんで貿易するんやろう」とかさ。そういう根本的な所、経済とかビジネスの原理原則みたいな、そういうところから自分の中で「理解を作っていく」っていう。「ゲシュタルトを構築していく」っていうけど。それってやっぱり大事やん。実践する上で、座学としてではなく、

実学として、むっちゃ大事なことやと思うから、本質的な力をつけるためにもね、学んでいきましょうって言いたいけど。

伊藤　：言ったらなんか、数学の勉強するときに、公式そのまま丸暗記するんじゃなくて、なんでその公式が必要なのかとか、どうやってその公式が導かれたのか、その背景も勉強するみたいな。

玉井　：そうそうそう、それしないとほんとに数学はできるようにはならないよ、っていうのと似てるかもしれんけど。あとはアビトラの話すると、金融の世界にもアビトラはあって。

伊藤　：こっちのほうが多分一般的ですよ。

玉井　：そうね。もともと株式市場とかの言葉やから。だから株も勿論やし、他にもビットコインとかの仮想通貨とか為替もそうで、こういうのも商品、金融商品やから、勿論取引所によって価格に差が生まれて、だからビットコインのアビトラで稼ぐとか、ってのが稼ぎ方の1つとしてもあったりするから。

伊藤　：投資のアビトラで稼ぐってのは結構昔からありますよね。

玉井　：そうそう。そういう「利ざや」で稼ぐ、っていうけど。それを、金融商品・お金じゃなくて、「モノ」の売り買いでその「利ざや」を稼いでいくってのが、一般的に言われる転売ビジネスやと思ってくれたら分かりやすいかなと。

で、転売ってのは個人ですぐに始められるものとして、まあ特に副業としてかなり人気でさ、そういう副業系とか金儲け系の雑誌とかでも昔っからずーっと取り上げられ続けているけど、やっぱりむちゃむちゃ参入障壁が低いから。

伊藤　：まあ、何も知らない状態でもビジネス自体をイメージしやすいですし、とっつきやすいっすからね。

玉井　：そうそう。だから、転売スクールとか、転売の教材とかってネットビジネス同様もういっぱいあってさ、その種類も勿論いっぱいあって。

伊藤　：めちゃくちゃありますよね。結局お客さんがイメージしやすくって、すぐに始められるってことは販売者としても商品作りやすいし売りやすいですからね。

玉井　：そう。だから、ほんまに色んな種類があって。んじゃ、どんな分け方かって言ったら、もちろん、どんな商品・モノをメインにやるのかとか、本なの家電なのカメラなの、全部なの？とかさ、どこのマーケットで売るのかとか、ヤフオク？Amazon？e-bay？とかさ、どっから仕入れ

るんかとか、ネットで仕入れるの？店舗いくの？それとも中国いくの？とかによっても分けられるし、リサーチの手法とかによっても分けられるし。

伊藤　：しかも、それ組み合わせたりしてってなるともっと種類増えますもんね。

玉井　：そうそうそう。だから、そうなるはずこれから始めようかなって考えてる人にとっては「いやどれやったらええねん」ってなる訳やん。転売は特に。だからその辺から解説していこかなと思うんやけど。まず、この現象ってネットビジネスと同じで、っていうのも前提的なことになるのだけども。「初心者はこれがいいですよ！」とか「何とかせどりはもうオワコンです。次に流行るのはこれです！」みたいな、「時給換算したらいくらになるよ！稼ぎやすいよ！」とかね、色んな人が色んなこと言うやん。

伊藤　：そんなん最初に色々言われたら、まじで混乱しちゃいますからね。

玉井　：そうそう。これは次の音声で喋る投資でも全くおんなじで、結局そうやって発信してる人ってのは、自分の読者とかファンを増やしたいわけやからさ。もちろんおれらもそうやけど。

伊藤　：うんうんうん、もれなくそうすね。

玉井　：そうそう。で、それは、純粹にフォロワー増えたら嬉しいって人もいるし、そっから広告で稼いでるとか、自分のコンテンツ売ったりしてビジネスしてる人もいるし、それは著名人であろうが一緒に。だから、ちょっと話それるけど、「これからの時代、情報リテラシーが大事ですよ」って言われるけど。本物と偽物というか、この人はなんでこんなこと言ってるんやろっていう発信者の「意図」が読めないといけない。その上でインプット先、誰から学ぶか、どこから情報を浴びるかってのは、考えないといけなくて、これみんなほんとにおろそかにしがちやけど、むちゃむちゃ大事なことやん。

伊藤　：まあ、アウトプットの質ってのはインプットの質で決まるって言いますからね。

玉井　：そうそう。でも、こう言っても「いやそんなん当たり前やろ」ってね、思う人も多いと思うけど。でも、出来てない人めっちゃ多いから。肌感覚やけど100人おったら95人は出来てないんちゃうかなってくらい。

伊藤　：うーん、なかなか出来ている人っていないっすよね。

玉井　：で、それが客観的に外から見ると、完全にそれが原因で詰まってる人っておって。で、それは成果出てる人も例外じゃなくて、例えば月100万200万稼いでるのに、なんかこう意味分からんメルマガ何十個も登録して

そればっかずっと読んでるみたいなの。だから一生その枠から出られへん。勿体無いし、伸びしろ失ってるというか、そのせいで自分の方向性が見えんくなってくるみたいなの。

伊藤　：あー、これはめっちゃわかりますね。ちょっと感覚的なものなので若干ムズいかもですけど。

玉井　：そうなんよ。これは経験ないと伝わりづらいかもしれないけど。でも、昔は俺もこのタイプやったから、それで自分の世界を自分で勝手に狭めるというか、そのせいで自分がやってることがつまらなく思えてしまうっていう。だから、そういう人にはいつも「インプット先を変える」ってアドバイスするんやけど。

伊藤　：なるほど、なるほど。

玉井　：まあ何が言いたいかって、「インプット先、普段からどんな情報を浴びるのかっていうのは、ちゃんと自分の成長とか成果に応じて、どんどん変えていくべきもので」ってこと。

伊藤　：はいはいはい。今までの枠の外にちょっと目を向けてみることでブレイクスルーが起きるってのはよくありますからね。

玉井　：そうそう。インプットはインプットでも、理解を深めるとか専門性を高めるインプットだけをやるんじゃない

くて、自分の視野を広げるインプットというか、現状の枠の外側からのインプットってのもやっていかないといけない。

伊藤　：そうですね

玉井　：ってまあ、話だいぶそれてるから戻すけど。転売ね、転売においては種類はいっぱいありますよっていう事ね。そしたら、どれしたらいいか悩むということやねんけど。例えば、今から悩ますかもしれんけど、じゃあバーって列挙してみると、まず商品の種類によつての分類がある。それは、本、CD・DVD、ゲーム、家電、カメラ、あとは全部せどり、全部ってのは全部の商品って意味で、一時期、本とか家電とかに特化するんじゃなくて全部の商品扱うのが結局一番稼げる！みたいな時期があったのよね。

伊藤　：流行った時ありましたよね。

玉井　：そう。結構前やけど、だから、それも1つの種類としてある。で、あとは仕入先がどこかっていう分類。ネットなのか店舗なのか。だから「電腦せどり」って言葉が流行ったけど、知ってる人もいるかもしれんけど、ネットで仕入れてネットで売るっていう。だから、家出なくて良いから楽ちん。ってか効率的やねみたいな。じゃあ、時間ないサラリーマンとか、家帰ってからもできるよね、みたいなかんじで流行ったし。

伊藤　：まあ、確かに効率的というかエコではありますね
(笑)

玉井　：そう省エネせどりね(笑) で、それに対して店舗で仕入れるタイプに関しては、例えば、本やったらBOOKOFFとか、家電やったら電気屋とかそういうところ車で行って、じゃあセールとかねやってるから、例えばその場でAmazonとかの値段と比べて、ええやつあったら爆買いすると。中国人ばりに爆買いして一、車の後ろに買い物袋いっぱいにして、んで一次の店いくぞ一つって。まあせどりツアーとかね、言葉聞いたことある人おるかもしれんけど。

伊藤　：なんか店で買い物してたら、スマホとか読み取り機でピッピ、ピッピ、バーコード読み取ってる人とかたまーに見ますけど(笑) そういう人たちですね。

玉井　：そうそう。そうやってバーコード読み取るタイプのやつは「ビームせどり」って呼ばれてそれも一時期流行ったし。で、まあ初心者の人にとっては、店舗の場合のほうが、実際に仕入れの模様を、例えば教わるんやったら見れるからさ、じゃあ稼いでる人がどうやって仕入れてんのかってのが体感的に分かるってのが良いんやろうけど。

伊藤　：隣でやってるところ見れるってのは一番勉強になりますよね。

玉井　：そう。だから、そういうマンツーマンとかグループコンサルって結構ニーズあるけど、まあ、でもこれは1人でやるとなるとやっぱり肉体労働的な部分はどうしてもあるから、どうしても省エネできない部分あるから、それが嫌って人もおる。

伊藤　：それは否めないですね。

玉井　：で、あとは海外から仕入れるってのもあって、それが「海外輸入」ってよばれるもので。例えばebayとか、海外のAmazonとかで仕入れたのものを、それを例えば日本のAmazonとかヤフオクで売るとか。だから、海外って言っても、結局はネットで仕入れてネットで売るんやけど、海外とのやり取りが発生するから、海外輸入はちょっとだけ敷居高かったりする。

伊藤　：ちょっとだけですけどね。

玉井　：うん。で、中にはネットじゃなくて、中国直接行って仕入れる！とかってパターンもあるけど。でも、基本はわざわざ行かへんやん。

伊藤　：ほとんどの人は行ってないでしょうね。

玉井　：そう例えば中国でOEMとかって聞くとさ、「え、現地の工場とか行って直接交渉とかすんのかな」って思わ

れがちやけど、勿論直接行くケースもあるけど、別に今の時代それもネットで出来るやん。

伊藤　：できますね。まあ、多分ぼくの方で後で話すと思うんですけど、中国輸入とか電子タバコのOEMは僕もやってたんですけど、結局一回も現地行ってないですし(笑)。実際あったのは、いっても電話とか、基本Skypeだし。まあ、なのでOEMも海外輸入も全く大げさなもんじゃないですね。

玉井　：そう。名前がちょっとスケールでかい感あるだけで、別に一緒やし。で、あとは、海外輸出の方も一緒でさ、まあもうこれは説明しなくても分かると思うけど、仕入先じゃなく販売先が海外ってことで、日本で仕入れたやつをebayとか海外Amazonとかで売るっていう。で、これも勿論ネットだけでできるし。

伊藤　：そうですね。まあ、日本製品って僕らが思ってるより海外で評価が高いものは多くて、例えば、日本のカメラとかって海外での評価が高いものの一つで、キャノンとかニコンとか。なので、カメラの海外輸出とかってのも結構やってる人いますね。

玉井　：そうやね。まあ、カメラの場合は他と比べて若干専門性があるってのはわかるけどさ。でも、海外輸入とか、海外輸出入のビジネス自体は、初心者の方が思ってるよりはイージーやねんけど。でも、なぜかやる人は少な

いっていうか、確かに国内せどりと比べたら心理的ハードルを感じるのは理解できるけど、もう十分すぎるくらいノウハウとか環境は整ってるから。まあそれでも少なくともさ。まあ、別におれ転売教えるマンじゃないからどっちでもいいんやけどさ(笑) 転売に限らず、言えることとしてあるのが、「ノウハウとか環境が整ってるから始める、整ってなかったら始めない」という大勢の人のさ、「そこで意思決定するんや」というのが、もうそもそもちょっと違うかなあって思うところはあって。っていうのもこれ別に愚痴ってるんじゃないくて、そういう人がほんとに結局一番損してるわけやん。

伊藤　：まじでそれっすね。

玉井　：そう。例えば「参入障壁が低い」って聞いた時にそれを「やったー」と思うか「うわ、まじか」って思うかの違いと言うか。まあ一概には言えんけど、でも参入障壁が低いって言葉は、「=みんなと同じことやったら失敗するよ」って意味やから。

伊藤　：ゆうたら、競合が大量にいるってことですからね。

玉井　：そう。つまり「参入障壁低い=そんな土俵で戦おうとしてる」ってことを理解しなきゃいけないくて。だから、真似しろって言う人は多いけど、別にそれはおれも賛成やけど、「ほんまにおんなじことしてますやん(笑)」みた

いな。でも、それはそう教える人が多いし、最初はやっぱりそれ=ビジネスなんかな？って思っちゃうから。

伊藤　：まあ、それはしゃーないことですけどね。

玉井　：何が言いたいかって、その「本質的なビジネス力を高めていく」という視点がやっぱりないから、disってるわけじゃなくて、まじで勿体無いやんだって。

伊藤　：あー、それ、めっちゃありますねー。

玉井　：そう。めっちゃおるやんそういう人。で、そういう人って意外と、意外っていうか普通に純粹で素直で、かつ、行動力もあったりする。でも、結果出ない。んで、悩んで最終的に、「色々手出してみたけど何やったら良いか分からんもう無理！」ってなる。

伊藤　：なんか素直さ自体は良いんですけど、素直すぎて鵜呑みにしてるというか、悪く言ったら自分で考えてないっていう。そのせいでずっと3年5年ってやってるけどまだちゃんにご飯食べれるレベルにないって人は多いですよ。

玉井　：そう。中にはそういう方もね、聞いてくれると思うので。だから、例えば転売1つにしてもさ、うまいことお金を稼ぐ方法とかじゃなくて。って言うからねみんながね。で、別にそれは勿論なんやけど。でも、そのために

は、じゃあちゃんとビジネスの原理原則から学ぼうっていうさ、そこの力をつけよう！っていう、自分のビジネス作るぞ！っていう前提というか心構えで、そのじゃあ実践の場として、もう転売をフィールドワークぐらいに捉えてやってみたら、そうやってこう転売を自分の中で再定義してあげる。そしたら例えばさ、「今私転売やってるけどモチベーションが下がってて…」って人はね、こういう人めっちゃおるから。でも、そうやって再定義してあげるっていう考え方をすれば、きっと楽しくなるんちゃうかなと思うんやけど。

伊藤　：ですね。そういう人には一回これを機にしっかり考えてもらえたら嬉しいですね。自分でビジネスやる以上そういう時期って絶対あるので。

玉井　：そう。その辺の働き方とかっていう話をやり始めると俺らマジで何十時間ってしゃべってまうから話戻すけど(笑) えーと、転売の種類には、店舗仕入れとか、海外輸入とか海外輸出、あとは新品せどりと中古せどりって分け方もあって、まあこれは説明しなくても分かると思うけど、扱うモノが新品か中古かっていうだけで。まあ、一応中古品を転売するってなると古物商の許可がいるよってくらいで、まあ不用品販売とかは要らんねんけど、ちゃんとビジネス目的で仕入れたりする場合は必要やから、まあその辺だけ注意してもらってと。

で一、あ、あとは、在庫抱えるパターンか、無在庫か、っていう分け方も一応あって、無在庫とかやとBUYMAとかが有名で。つまり、販売先のサイトで「商品持ってなくても出品していいですよ」っていうところがあって、言っしまえばノーリスクでできる。でも、また言っしまえばみんなやってる。つまり、みんなと同じことしてもまともに稼げないってところは注意やけど。あとは、海外輸出とかでも無在庫で稼ぐ！ってやり方はあったりする。

伊藤　：そうですね。例えばBUYMAとかって、在庫を抱えないからノーリスクでできる！っていうのが人気で、主婦の方とかでもやってたりする人多いんですけど。多分これもあとで喋りますけど、実際やってる人はわかると思いますけど、こういう転売においては、実は在庫抱えることってリスクじゃないんで。でも、無在庫でできるって聞こえがいいんで。てか、聞こえがいいだけなんで。

玉井　：あーでもそうやって競合多くなってくれて嬉しいのはそう謳ってるBUYMA側っていうね(笑)

伊藤　：そうですそうです。無在庫でやる側は大変っていう。で、さらにBUYMAとかって結構アカウントの信用力とか、そのショッパーの評価とかってのがある程度ないと、BUYMAの検索結果で上に表示してくれないようになってて、つまり売れないっていうことになってて。だから、最初は利益よりもまず販売件数を増やしてBUYMAの評価を上げていかないといけないんですけど。でも、そうする

といっばい売らないといけなくて、でもみんなと同じことしてても売れなくて、「え、じゃあ一生アカウント育たんやん」みたいな。育てるのにめっちゃ時間かかるやんみたいなことが起きるんですよね。

だから、「無在庫＝ノーリスク」とか「在庫抱える＝リスク」とかって、それっぽい知識あるだけで実際にはやってない人の意見なんで。で、それってイコール「稼げてない人の意見」なんで。なので、そういう考え方の部分から勉強して行ってほしいなあってのは思いますね。

玉井　：あーそういうところから疑うというか、視点をずらすというか、ってことをしていけるかどうかよね。しかも特にこういう参入障壁が低いビジネスにおいてはその視点は絶対いるから。まあ、話逸れたけど、種類に関してはこんな感じかな。

伊藤　：そうっすね。

玉井　：はい、で、えーとじゃあここまで聞いてもらって。じゃあ次、「いっばいあんのはよくわかったと、分類とか特徴とか考え方もよく分かった、じゃあ結局どれから始めるのがええのん？」ってところになるんやけど。これすごく大事で、結論から言うと、その一転売に関しては、「ぶっちゃけ種類はなんでも良い」マジで。こんだけ説明してきたくせにね(笑)

伊藤　：結局ね(笑)

玉井　：そう(笑) っていうのも転売に関しては、それよりももっと大事なことがあって、少し抽象的な事になるんだけども、「稼いで、それからどうしたいの？」ってところ。まあ転売に限らずなんやけど、転売は特にそうでさ。

伊藤　：なるほど。

玉井　：これは転売やってる人、稼いでる人から稼げてない人まで見てきて、ほんとに心の底から思うんやけど。まあちょっと今「どゆこと？」ってなってるかもしれないけど、あの一月5万10万稼ぐとかってのは、別にやりやできるのよ。まじで。誰でも。それこそ高校生でも中学生でも、普通にコツコツやればどの種類でも成功するよ。まじで。

伊藤　：普通にいけますね。

玉井　：でも、この転売業界、色んな人が一生懸命やってるわけだ。仕組み作って沢山稼いでる人、そこそこ稼いでる人、飯食えてる人から副業クラスまでいる沢山いる中で、一番ほんともったいないのが、月5万10万とか、ギリギリ飯食えるとか、そこで止まる人がめっちゃめっちゃ多いっていう実態があって。

伊藤　：いやほんま多いっすね。実際僕もそこで止まりましたし。

玉井　：で、これって転売ならではの現象でさ。っていうのも、転売は参入障壁が低いから、チョロっと成果出すまでは比較的優しいから。だから、逆に、そこで止まる。止まるってどういう事かって言うと、「なんか感覚掴んだ、確かにこれ続けりゃ飯食えそうだわ」となって、そこでやめるとかね。これから何か始めようと思ってる人はね、なんで辞めんねんそこでって思うかもしれんけど。「んーなんか楽しくないなあ」とか「これ一生懸命やるのはちょっとなあ」とか「他にもっと自分に向いてることあるんじゃないか」みたいなことになるからやっぱり。

伊藤　：ほんまにそうで、まだ目標達成してないのに、先が見えてしまって、やめてまうみたいだね。

玉井　：そう。一言で言えばただの引き戻し現象やねんけど、ホメオスタシスやねんけど。あと、頑張ってもそこで収益の壁にぶつかって、なかなかおっきくならなくて、詰まるとかもあるし。

伊藤　：個人差ありますけど必ずどっかで結果が停滞する時期はありますからね。

玉井　：そう。だから、壁はいいねんけど、絶対ぶつかるし。というか、むしろそれってしっかり成長してる証なわ

けで。ただ、そこでやめてしまうのが良なくて。で、やめる原因はもう1つしかなくて、金だけをモチベーションにやってるから。これはもう、間違いなくこれ1つ。で、やっぱりこれを聞いてくれてる人にはさ、そこからもっと先に広がる可能性とかさ。それは別に、「もっと儲けようぜー！」でもなんでもいいんやけど。

伊藤　：もちろん、もちろん。

玉井　：「自分がこれから何かに取り組もう」って思えるかどうかって、「じゃあその先に沢山の選択肢が広がってるのかどうかと思えるかどうか」ってのがすごい大事やと思うから。で、それが「おもしろい！」になるわけで、「おれも私ももっとこうなりたいー！」ってのがモチベーションになったりするからやっぱり。で、そうなるかどうかって、やっぱり最初の初期設定「意識の初期設定」で差が生まれると思ってるから。

伊藤　：まじでそれですね。

玉井　：だから、しっかり小銭、小遣い稼ぐとかじゃなくて、「自分のビジネスを持つ」と「起業力」を身につけて、ビジネススキルを習得して、自信もつけて、経済的自立もして、ってちゃんと力を得ていくっていうルートを、やっぱりやるからには歩んでほしいので、みんなには。じゃないと意味ないし。まじで無意味やから。

伊藤　：結構言いますね(笑) まあ、でも本当にそうなんですけどね。

玉井　：そう。だから、そういう意味で一番最初に大事なのが「稼いで、どうしたいの？」ってところでさ。もうちょっと具体的に言うと、それは2つあると思ってて、まず1つが「全てのビジネス、特に個人事業においては全て、に言える根本的なこと」ってのと、「転売のビジネスモデルならではの問題」ってのがあって。ちょっと「俺には先の話やわ」とか思われるかもしれないですけど、全くそんなことないから。むしろ、逆に今ジャストで知っておくべきことやと思うんで、聴いてほしいんですけど。

伊藤　：ほんとにそれこそ意識の初期設定で、こういう類のことってほんとに最初から理解しておくべきことなんですよね。みんなこの辺語らないですけど。

玉井　：そう。まあ、ほとんどは語れないんやと思うけど。まあ、いいや1つ目ね。自営業とか、1人で起業する場合共通のやつ。で、これはここで躓くとほんとに何年って停滞する。場合によっては挫折してしまうような重大な課題があって、それがすげえ抽象的やけど、「ゴール設定」とか「自分の働き方」を。もっと言うと「信念」とか「軸」ってのを持ってるかどうか。これほんとに、あの舐めたらあかんねん。

伊藤　：ぼく、めっちゃ舐めてましたね(笑) 最初は。

玉井　：いやおれもよ(笑) くっそ舐めてたせいで、俺はこれでむちゃむちゃ糞づまったから。だから、もうこれだけをテーマに何百時間でも喋りたいけど、俺はほんま舐めてたのよ。いや、ゴール設定って(笑) みたいな。おれコーチングとかむっちゃ勉強してるし、信念？そんなもん最初からあるやると、働き方ってそんなもん俺センスあるしな！と。

伊藤　：わかりますけどね(笑)

玉井　：って思ったから、おかげでむっちゃ悩まされたけど。まあ、俺の話は置いといて。まあ自営業とか起業家としてやっていくと、最初はビジネスのノウハウとか、知識とか情報が自分には足りないと思ってるやん。だから、それを学んで理解して、実践して、つまり再現できたら終わりやんと、思うのよ若い子ほど特に。

伊藤　：いや、ほんまそうでこれやったら終わりや！みたいに思うのは普通っすからね、ぼくも思っていましたもん。

玉井　：いや俺も思ってたよ(笑) で、それは、別に合ってるねん。別に間違ってるやない。でも、それだけだとそこで終わる。そこそこで終わるのよ。っていうのも、成果出れば出るほど、成長すればするほど、悩みの原因が抽象的になっていくから。

伊藤　：あーそれはまじでそうっすね。で、それ大体はどっかで思いっきり躓いて、そこでむっちゃ悩んで。でも、本人は気づいてないから具体的なノウハウとかテクニックばっか追いかけてたりするんですけど。でも、解決できなくて。で、だいぶ後から「あ、そういうことやったんか」って気づくみたいなの。

玉井　：そう。その表現がもう既に抽象的やけど、まあでもそのやつ(笑)だから、例えばもうちょっと具体的に言うと、「自分と、仕事との距離感、付き合い方・向き合い方」とか、「稼ぎとかではなくて、自分がその仕事をする意義」とか、「その結果、自分は何者になりたいのか、どこへ行きたいのか」とか。その差が稼ぎに数字に露骨に直結してくる。だから、転売とかって「月5万とか10万はすぐ行けたけど、おもんなくなっちゃったー」とかって人、めっちゃ多いけど、まあその半分の原因はこれやから。特に転売は、ある意味単純作業ゲーな所あるから、「え、おれ何やってんの？」って「これずっと続けてどうなの？なんになるの？」ってなりやすいやん。

でも、これを突破するのって具体的な転売スキルじゃないから。「転売というのが社会でどんな機能を担ってるのか？」とか「転売を通して、自分は世の中にどんな価値提供をするのか？」とか少しきれいごとになるけど、「転売をやることで、自分はどんな普遍的なスキルを身につけようとしてるのか」とか。つまり「視点」の高い低いで変わってくる。

伊藤　：メタ認知的なところですね。

玉井　：そう。俯瞰で見れてるかどうか。で、まあこういう話マジでキリないけど、今1つだけさらっと言えるのは、「転売スキルを高めるんじゃなくて、転売を通して、ビジネス力を高める」言い方は別に起業力でもマーケティング力でもなんでもいいけどさ、要は「転売できるようになったら、転売以外のビジネスもできるようになった」ってならんとあかんのよ。

伊藤　：まあ、ノウハウだけ何も考えんと実践して、月30万稼げるけど他はなんにもできません。じゃマジで意味ないですからね(笑)

玉井　：そうそう、それって金稼ぐ力ゼロですっていうんと一緒やから。だから、まあ「1つできるようになって全てマスターした！」なんてことは無理やけど。でも、少なくともイケそうやなって自信がついたとか、色んなビジネスが「見える」ようになってきた、ってならないといけな。ってか、なってほしくて、だから最初っからそういう視点の人は転売を足がかりにして、どんどん成功していくわけやん。実際、いっぱいおって、例えば、まあ個人名は出さへんけど、年収何億です、年商何十億ですとか、テレビ出るくらい有名な起業家、経営者とかにもいるし。著名な人、たとえば本出しててTwitterでフォロワーも何十万人っておる人とか、そういう人も、最初に始めたビジネ

スってなんですか？って聞くと、不用品販売とか転売やったりするし。

伊藤　：めっちゃいますよね。

玉井　：そう。で、ちゃんとそこでビジネスの感覚を養って、自信つけて、資金も得て、そっからどんどん色んな事業展開していったっていう。もちろん、転売だけじゃなくて、アフィリエイトとか、たとえばスカウトマンやってましたとかね。って人もおるから。むちゃむちゃ有名な人でも、スカウトで作ったお金を元手に事業興したとかね、そういう人はあんま自分では言わへんけど。でも、そうなるルートにいけるのか、月5万で「続けててもおもんないな、未来ないな、やめよ」ってなるかの違いはまずこれであって、ビジョンを描けてるかどうか。だから「稼いで、どうしたいの？」ってのは、稼ぐ前から、もしくは実践しながら自分の心の中で磨いていく、本当に重要な課題として持っていてほしい。

伊藤　：僕もマジで最初、綺麗にこの問題にぶちあたって。っていうのも最初にやったビジネスの中国輸入がまさにそれで、ちゃんとまとまった利益が出るようになってから、「これやってて何になんねん」とか「おれがやらんでもええやん」感がすごくなって、やる気なくなっていたんですよね。なので、今振り返って見たら、どの高さの視点で目の前のビジネスを見るかとか、目的とかもそうですし、これを続けたらどこに進めるのか、どこに自分は進み

たいのか、そういう意識設定を初期の頃から学んだ上で転売やってたら、今もそっちで頑張ってたかもしれないなーって思いますし。

玉井　：うんうんうん。まあ、これも後で話しますけど。でも、結局後々通販事業やるってなったときに、中国輸入をやった経験ってのがめちゃくちゃ生かされたので、結果やっててよかったなー、ってなりましたけど。なので、転売をやって「これ続けて何になんねん」って思っちゃったりする人も多いと思うんですけど。やっぱりまずは視点を高めたり、自分の仕事のやりがいをとかを再定義したり、見つめなおすことが大事で、抽象的過ぎていい感じに考えつかへんって人でも、どっかで必ず繋がって役に立つときがくると思うんで。しっかり今は成長すること、とか、ビジネス力をつけることを意識してやってほしいなあって思いますね。

玉井　：そうそう。どっかで必ず繋がるときが来るから。逆に無理に繋げようとしたときほど繋がらんかったりするし。で、まあちょっと抽象的な話長なったけど、一つ目はこれくらい。

伊藤　：はい。

玉井　：んじゃ二つ目ね。これはもっと具体的というか、すげえ実践的というか、これから始めようか悩んでる人、積極的な人にとっては、ビジネスの勉強として聞いてほし

いんやけど。転売で、じゃあ収益を増やしていくと。月5万10万から、数十万、100, 300、と増やしていくとなったときに、途中で1つ分かりやすく反り立つ壁があって。ってか、フェイズが途中で変わる。途中から、例えば月数十万とか、はっきりとは言えないけど。まあ、でも100万以下、基本的には数十万くらいで変わるんよね。

伊藤 : あー、まあ、転売に限らず、売上が大きくなっていったら、取り組み方が変わるというか、視点がガッと変わるタイミングってありますもんね。

玉井 : そう。でも、それを知らずに視点変えずに頑張っ
て、で、だから収益が伸びない、って人がすごく多くて。
じゃあ、何が変わるんかっていったら、そこから、転売の
プレイヤーとしてのビジネススキル以外のものが求められる
フェイズになるっていう。どういうことかっていうと、
プレイヤーとしてのスキルってのは、1人でやるっていう前
提で、求められる能力なわけやん。つまり途中からそれ以
外が求められるようになるっていうことやねんけど。一
応、勉強になるように具体的に説明すると、まず1人でや
るっていう前提で求められる転売のプレイヤーとしてのス
キルってのは、まあ一番大事なのはリサーチスキルやん
か。

伊藤 : これはまじで一番大事ですね。

玉井　：そう。市場を見て、トレンドを見て、どのカテゴリを選ぶか、どの商品を仕入れるか、どれくらい仕入れるのか、仕入れたとして、ちゃんと売れるのか？の判断能力、つまり仕入れの能力がまず大事で。で、他にも、資金管理、資金繰りもあるし、資金力も勿論大事やし。でも、多分あと言うけどこれは元手なくてもできるから。でも、まあ途中から、コツ掴んでからは動かせる金の量が多いほうがそりゃ早いし。で、あとは多少のブランディングとか、マーケティングもいる。ざっくり言ったら販売力をつけないといけない。で、もちろん1人でやるからには仕事効率化的な、その上手い下手とか、まあ行動力もそうやし、情報力、その収集能力とかも必要やし。っていうのが一、プレイヤーとして高めていくものとしてあるわけで。

だから、これらが身についたら、ちゃんと1人で飯食えるようにはなるわけで。でも、1人前に1人でできるようになっても、限界があって、割と早めにあって。っていうのも、作業労働やから、つまり、物理的制約がどうしてもあって、稼ぎの天井が低い、効率にも限界あるから。つまり、自動化できないっていう。

伊藤　：それだけじゃ自転車操業ですからね。

玉井　：そう。1人でやる限りは稼ぎの大小に限らず一生自転車操業、まあ赤字ではなくても、漕ぐのやめたら止まるから。つまり、1ヶ月仕事ストップしたら1ヶ月分の収入なくなるよ、ってことで。ほったらかせやんから。で、

これは別にほったらかして楽しんで稼ぐのが正義って言うてるわけじゃなくて、でも、モチベ下がったり、仕事できない事情があったりすることは起きる可能性全然あるし。

伊藤　：あーありますね。個人でやってると特にそうですね。

玉井　：そう。もっと言うとビジネスとしてそれって不安定、未成熟やから。

伊藤　：客観的に見たらしっかりシステム化されてて、安定してる方がほったらかしても回るほうが優れてるから。それに比べたら、ってことですよね。

玉井　：そうそう。まあ、でも、そうなるような方向は向いてやってかないといけなくて。だから、ここを突破できるかどうかは転売の場合は肝でさ。それがさっきから言うてる「稼いで、どうしたいの？」ってことに繋がるよってことやねんけど、その突破の方法っていうと、ちゃんとルートとして存在して、なおかつ最初からみんなに知っておいてほしいのは2パターンあって。まず1つ目が、仕組み化すること。

つまり、最初から仕組み化の視点を意識をすること。つまり、その視点で実践することが重要ってこと。で、仕組み化ってどういうことかって言うと。まあ、結構シンプルな話で、1人で限界があるんだったら、人を使えばええや

んっていう。つまり外注、人を雇うとか、外部のサービスに依頼するとか。っていうのも、せどりの工程の中には、直接利益にならない作業ってのがあって。例えば、せどりの手順で言ったら、じゃあまずリサーチして、仕入れして、商品登録して。で、まあ先に検品もしてと。で、売れたら注文確認して、んで梱包して、発送して、っていう工程がある。プラス資金管理、サポート返金管理もある。でも、じゃあその中で直接利益になる作業ってどこですか？っていうと、リサーチと仕入れだけやん。

伊藤　：利益の肝はそこしかないですね。

玉井　：そう。だからその一、話それるけど、例えば転売で、3時間で3万稼いだ！時給1万円！とかさ、言うやん。

伊藤　：よーある謳い文句ですね(笑)

玉井　：そう(笑) あれってカラクリあって、カラクリってほどでもないけど、その3時間って基本的には仕入れだけやから、その他の商品登録から発送までの工程も入れたらもっと下がるから時給って。

伊藤　：一人でやる場合はそうですね。

玉井　：そう。まあいいんやけど。つまり、何が言いたいかって、それ以外を、つまり直接利益になる作業以外を人

に任せるってことが求められてくる。で、そうになると、今度それをするために求められる能力って、それってもう転売スキルじゃないやん。

伊藤　：　じゃないですね。

玉井　：　人を動かすスキルであって、

伊藤　：　マネジメントのスキルですね。

玉井　：　そう。じゃあ、マネジメントって何かって言ったら、例えばじゃあ1つ外注化のスキルがあって、組織ってというかグループ作って、そのオペレーションを効率的に回せないといけないし。そうになるとオペレーションコストがかかる、コミュニケーションコストがかかる。で、そういうシステムを構築しないといけないっていう。

伊藤　：　結局、全部そこに行き着きますからね。

玉井　：　そうそう。だから言ったらちょっとした経営者としてのスキルみたいなもんが求められる。で、これはプレイヤーとしての能力じゃなくて人を動かす能力やから、まったく視点が変わる訳やん。

伊藤　：　マジでここでガラッと変わりますね。

玉井　：そう。だから、例えばスポーツで言ったら、エースストライカーじゃなくて、司令塔とか、部活だったら部長とか監督とかをやることにもなるみたいな。そうなったら全然役割も視点もちゃうやんっていう。

伊藤　：全然ちゃいますね。

玉井　：でも、それができて始めてしっかり仕組み化ができて、自分は仕入れだけでよくて、ある程度自動化出来て、まあ言ったら楽しようと思ったらできるし、1人じゃなく複数人体制になるから。つまり、マンパワー増えるから、それが回るってことは、じゃあ、あとは人数増やしたら増やした分だけ収益どんどん増えるやんっていう。まあ、そこまでシンプルじゃないけど。でも、そういう仕組みを作ったら何もせんでも毎月自分には何百万って入ってくるよね。って、まあそういうレールに乗られるわけさ。だから転売で年商何億とか稼いでる人っているけど、それはみんなこれをやってるから、マネジメント力つけて、システム化して、初めて手放しでお金入ってくる状態ができるっていう。

でさー、ってなったときに、じゃあここをはじめから理解した上で、「ゆくゆくはそうやって任せていくぞ！」って思って、「じゃあどうやったら仕組み化できるかなー」って考えながら、目の前の仕入れとか、リサーチ、梱包とか、発送作業をするのと、ただひたすら単純な作業ゲーとして、「つまんな」って思いながら、「でもまあ金稼ぎた

いしな」って思って、転売を単なる肉体労働やと思ってやるのとは、もう雲泥の差やん。面白さも違えば、成果も違えば、何もかも、将来的な桁も違うし。

伊藤　：言ったら、将来人に任せるために、まず自分でやってみないと！って思ってやるから、全部の工程それぞれにちゃんと真剣に取り組めると言うか。ちゃんと後々、雇った人に教えられるように、自分の中でノウハウためていこうって、その上でどうやって仕組み化しよう？って思いながらやるから、1人でやってる間の成果出るスピードとか再現性とかも全然変わってくるっていうことっすよね。

玉井　：そう。で、これが意識の差、視点の差の威力なわけ。で、もう1つ、システム化して規模大きくする以外のルート、1人で飯食えるようになってから先のルートとして具体的にがあるのが、転売で飯が食えるようになったら。じゃあ、今度は転売を教える側に回るっていうやつ。

伊藤　：あー確かにそのパターン多いっすね。

玉井　：そう。つまり、ネットビジネスやるっていう、情報発信ビジネスするっていうことやねんけど。まあ、情報発信ビジネスってなんやねんってことに関しては、ネットビジネス編の音声とかを聞いてほしいんやけど。だからまあ、ここでは知ってくれてるって前提でしゃべるけど、ネットビジネスだったら、例えば、外注化とかしなくても

月数百万くらい。まあ、300くらいだったら、完全に1人でもできるから、しかもほぼ自動化もできるから、だから転売を経てネットビジネスに行く人ってむっちゃ多くて。

伊藤　：確かに、転売で月2～300万稼ごうと思ったら、売上でいったら年商1億とかなっちゃうんで。それと比べたらネットビジネスは利益率ほぼ100%だし、広告打ってもまあ8割切ることはないし。だから、売上で言っても年商3千万くらいのスケールでいいですからね。

玉井　：そうそう。それで月数百万くらいの利益になるから。で、じゃあそのために何やるかって言ったら、例えば、転売のブログを作って、コンテンツを作って、スクールとかオンラインサロンとか作って。それで例えばブログとかやったら月じゃあ5万PVぐらいあれば、例えばメルマガだったら毎日6～8リストとか、毎日新規で登録してくれる読者がいれば、まともな客単価だせてたら、月200万以上稼げるから。しかも、それほぼ利益やし、っていう。結構多いよねこういう人。

伊藤　：多いですね。

玉井　：もっと言ったら、転売で稼げているんだったら、広告打つお金がある訳でさ。そしたらブログのアクセスそこまで必要ないし、転売で稼いだ金をそっちに投資すれば

もっとスムーズに移行できるし。もちろん、ネットビジネス勉強せんとあかんけど。

伊藤　：まあまあ、それはもちろん。

玉井　：で、一応、まあここまで話発展したから、言っとくと、いま言った2つ。仕組み化して自動化、もしくは規模拡大ってのと情報発信して転売教える側に回るってのと、2つともやってる人もいて、どういうことかって言うと、これすごく考え方として大事なことやねんけど。仕組み化の視点からみたら、人材が必要なわけやん、人に任せたいんやから。で、普通はどうするかって言ったら、ランサーズとかクラウドワークスを使って募集するわけさ。でも、やっぱり人と人やから、信頼関係築くのにも時間かかるし、でもそれがないとやっぱり回せなくて。例えば、すぐ辞めるとか締め切り守らんとか、そんなんいっぱいあるし、「おい任せたやんけ」みたいな。「あいつ飛びやがったふざけんなよ」みたいな。仕事雑なくせに、それでしっかり報酬くださいって言うてくるふざけたやつもおるし。やっぱこういうコストって物凄くかかるから。

伊藤　：一般的にも経営の悩みの8割はマネジメントコストっていいますからね。勿論最初はキャッシュフローの悩みですけど。

玉井　：そう。やっぱり途中から課題とかボトルネックとあって変わってくるから、規模に応じて。だから、こうい

うのってせどりに限らず一般的なことやねんけど。でも、この転売の場合で言ったら、情報発信してて、ファンがいて、生徒さんとかコンサル生がいれば、彼らに仕事としてお金払ってやってもらうことができれば、もうすでに先生と生徒っていう関係できてるし、共感もしてもらえてるから、なんならファンになってくれてたりするから、むちゃくちゃ一緒に仕事しやすい、話早いし、もちろん仕事もちゃんとやってくれるし。だから、リクルートのコストがかからんし、オペレーションのコストも下がるわけやん。

で、逆に情報発信側の視点に立って、そういう仕事を与えてあげられる場、実践の場、一緒に働く場ってのを用意してあげられるから。それはお客さん、生徒さんの満足度も上がるし、生徒さんも実力とか成果出しやすいし、成果出たらそれもまた自分の実績にできるし、そしたらコミュニティ盛り上がるし、自分もやっててすごいやりがい感じるし。そうなると、自分の転売事業の規模を大きくしていいたら、周りが喜ぶわけだし、仕事いっぱいふってあげられる、この人達の手もつくしお金も渡せる、うわ頑張る！ってなるし。だから、この2つをどっちもやるってお互いにとってメリットあるから、どっちもやってる人ってのはそういう相乗効果をうまく利用してるわけで。

伊藤　：そうっすねー。そうやって情報発信っていう教育のカたち、例えばオンラインサロンとかコミュニティビジネスってものと、自分の事業を組織化して規模を大きくしていくこと、ってのを組み合わせたカたちって、これから

どんどん次の時代の自営業だったり、起業家だったりの会社経営のカタチとして、もっと広まっていくっていう流れがあるんで、新しい組織の形というか、それを我々ソーシャルが率先して作っていきたいなって思ってるところでもありますしね。

玉井　：まさにその通りで、おれらはその先に、学校でも会社でもない新しい組織の形、働き方の形ってのがあってと確信してるから、それを作りたいし作っていくし。これもその一環やし、っていうまあそんなかんじかな。だから、まとめると、転売をやっていく上で、これから始める上で、もっとも大事なことってのは、数ある種類の中から、どれが一番儲かるか？とか、今トレンドか？とか、そんなんどうでもいいから、そんなん普通に自分が興味ある商品で始めればいいし。

伊藤　：ほんまにマジでそういうのはどうでもいいですね。

玉井　：だから、そんなことよりも「稼いで、それでどうしたいの？」って問いの方が大事で。で、いかにそれが大事かはしゃべってきたけど、具体的には、実践する時の視点、学ぶときの視点、特に転売は作業ゲーやから、おもんなくなっちゃめる。できるようになったのに、稼げるようになったのに、辞める人むっちゃ多いから。んで、それいちばん辛いというか悲しいから。

伊藤　：もちろん、戦略的撤退って言葉はありますが、基本的には途中でやめる人のほとんどはそうじゃないですからね。

玉井　：そう。だから、そうならないようにしたくて、そのためにはやっぱり、意識の初期設定ってのがあって、転売スキルとは別に実践しながら磨いていきたいものがあるって、それを絶対に疎かにしてはいけない。あとは、転売ならではのフェイズが変わるってやつもあって、それもまとめてしまえば視点の違いやねんけど、やっぱり「1人で転売できるようになるう！」って視点だけやと、ぶっちゃけギリギリ飯食えるか、ギリギリ食えないかぐらいで徐々にきつくなってくる。だから、最初からその後どうするかってことを漠然とでもいいから意識しながら、なんならそっちをもう同時に先に学びながら、実践していけるかどうか？それが、成功するかしないの根本的な違い、っていうことよね。

まあ、これがざっくりせどりの全体像というか、せどりをやるかどうかってのを自分で吟味、選択する上で、知っておくとその後がものすごいスムーズになるよって話で。つまり、実践を前提としたときの本質的な説明ってこうなるのかなと。で、同時にもう既に実践しているって人は、これまでしゃべってきたみたいなことを意識してもらえれば。「せどり楽しくないー、だからモチベ下がってるー」とか「なかなか収益が増えずに停滞してるー」とかね、っ

ていう問題の解決のね、ヒントになるんじゃないかなと思います。

だから、ちょっと稼げるようになったその先、みたいな発展的な話が多かったけど、感覚は掴んでもらえたかなと思うので、ここからちょっと伊藤ちゃんにパスして、もっと実践的な話、1つ中国輸入を例にとって、じゃあ何を考えて具体的にどんな作業をして、っていうところをもっと細かく喋ってもらおうかなと、そしたらたぶんもっとイメージわくと思うので。あとは、更にまた発展的な、通販事業の経験とかも、語ってもらおうかなと。うん、思ったよりかなりおれのターン長かったけど、次伊藤ちゃんのターンで(笑)

伊藤：はい(笑) で、えーっとしゃべっていくんですけど、僕は中国輸入を例に、っていうのも大学生時代に中国輸入をやったので、体験談的というかストーリー的な感じ、プラス実践的なノウハウとかも交えて話していければなと思うんですけど。あとは、初心者の人向けに、やっぱり最初は「利益月5万とか10万とかを安定的に出せるようになる」ってのがやっぱりみんな課題だと思うので、そこを突破してもらえるように、こんなイメージですよってのを、まあ感覚を掴んでもらえるように、語っていただけたらなーって感じなんですけど。で、まず最初に僕がやったこととしては、情報を買ったんですね。どういうことかって、今でこそこうやってネットに情報っていっぱい落ちてますけど、まあ当時も落ちてたかも知れないですけど、やっぱりより

実践的なところ、体系的なところというか、それをコンテンツとして売ってる人が多かったので、確か30万くらいの転売のスクールに入って。

玉井　：あー、一般的な転売の塾やね。

伊藤　：そうです。まあ、僕にとってはほんとに最初の最初に始めたビジネスやったんで。だから、ビジネスに詳しい人も近くにいないし、そうやって自分の力で稼いでる自営業とか経営者の人ってのも周りにいなくて、まあ言ったら右も左も分からん状態ですよ。教科書もないし、先生もおらんやんみたいな。じゃあ勉強のしようないやん、みたいな。まあ、やったら何か手に入れた方が早いやん、って感じで入ったんですけど。

玉井　：はいはいはい。

伊藤　：で、あとは、なんか誰が言ってたか忘れちゃったけど、「若いうちはお金で時間を買いまくれ！」みたいなこと言ってて。というか、そんなことみんな言ってるかもしれませんが、その時はそれが刺さって、めっちゃ理解できたんで、当時の僕からすると30万って高額やったんですけど。

玉井　：まあ、そうやるね。

伊藤　：「もういったれ！」みたいな感じで、割と勇気振り絞って買ったのは覚えてますね(笑)

玉井　：おーいいね。最初から自己投資の意識高い系やった訳ね(笑)

伊藤　：そうですそうです(笑) まあ、みんながみんなそうすべきだとまでは思わないですけど、やっぱり情報って、誰かが人生の時間と労力を費やして生み出されたものなんで。勿論、その人と価値観が違ったらあんまり参考にはならないかもしれないですけど。そうじゃないならそれってほんとに宝物なんで。

玉井　：はいはいはい。まあそうよね。

伊藤　：でも、当時は、受験勉強とか資格試験の勉強とかと同じ感覚で、予備校通ったり通信講座受けてたりする感覚で入ったんですけど。で、まあ入ってからは、勿論自分でも色々勉強しながらやっていったんですけど。これはせどりに限らず、アパレルとかも含めて物販ビジネス全般に言えることとして、押さえるべきポイントは3つあって。それが、売買ルートの導線、リサーチ、資金。この3つなんですよ。

玉井　：うんうんうん。

伊藤　：一つ一つ説明していくと、売買ルートの導線ってのは簡単に言うと、「仕入れた商品をどうやって購入者まで届けるか」ってこと。リサーチっていうのは、「何を仕入れるのか、売ったとしてそれはいくらくらいの利益がでるのか」ってこと。資金っていうのはシンプルに、「自分はどれくらい仕入れできるお金を持っているのか、その資金回収のスパンはどれくらいか」ってこと。まあこの3つですよ。これを確保、クリアしないとイケなくて。で、そのプロセスって結構泥臭いというか、試行錯誤の積み重ねで売り上げがあっていくものなんですよ。

イメージとしては、水路を作って、水を流してみても、その水路に流せるものを探していくみたい。で、それをどんどん効率化したり、水路広げていったり、早く流れるようにしていく作業をコツコツして行って、でもその流すものも、流した先の人欲しがってるものじゃないとお金にならないし、たとえ水路の先の人欲しがっているものであっても、自分が手に入れられるものじゃないと、これもお金にならないし、当たり前ですけど。だから、その需要と供給のマッチング、っていうところをいかに起こせるかってのが肝になってくるんですよ。

玉井　：それを究極的に言えば、「安く買って高く売る」っていう言葉に集約されるわけよね。

伊藤　：そうです。慣れたらシンプルなんですけど。でも、そのために押さえるべきなのがこの3つってことですね。

玉井　：えーっとリサーチと、資金と、売買ルートの導線ね。

伊藤　：そうです。で、じゃあ簡単に、初心者の方向けに、この3つって具体的にどんなかんじで用意すれば良いのかっていうのを、自分が最初にやった例を交えて解説しようと思うんですけど。

玉井　：誰でも今すぐ出来るようなケースに落とし込んで、ってことね。

伊藤　：そうっすね。まあ、そのあくまで僕の一例っていうかんじですけど。まず、1つ目の、売買ルートの導線ってのは、FBAっていうアマゾンの事業者向けのサービスがあって、これは在庫保管から商品管理。あと、発送から返品まで全部代行してくれるサービスで、僕は最初からそれ使ってたんですよ。さっき玉井さんも言うてたと思うんですけど、やっぱりせどりは1人でやると労力が半端ないんですよ。大変だし、それですぐに限界来る、頭打ちになっちゃうので、まあ自動化できるところは自動化していこう、ってのがあって。まあでも、そんなたいしたことじゃなくて、FBAってせどりやっている人の中ではむっちゃ有名なんで、実践してる人中では知らない人の方が少ない、

くらい便利なサービスなので、結構普通にみんな使ってる
ものです。

玉井　：うんうん。

伊藤　：で、これを使うと何が良かって、仕入れる時に最
初からAmazonの倉庫に送っておけば、そこから先の注文
確認とか、検品、発送。あとは返品時の対応まで全部
Amazonがやってくれるっていう。例えば、ネットで仕入
れるとしたら、仕入れで購入するときに配送先を最初から
をAmazonの倉庫にしておけば、あとはこっちで商品登録
とか価格設定だけしておけば、あとは全部Amazonがやっ
てくれるんで、もうこっちは管理画面で売れゆき確認する
だけっていう(笑)

玉井　：ほんまに家でパソコン1台で全部できるってこと
ね(笑)

伊藤　：そうですそうです。売れそうな商品ネットで注文
して、あとは売り値決めて放置、みたいな(笑)

玉井　：だって、それ1人やったら、仕入れたもんまず受
け取らなあかんしさ、検品もせなあかんし、しかも売れる
まではずっと家に在庫として置いとかなあかんから場所も
取るしさ、売れたら売れたですぐ対応して、梱包発送せな
あかんわけやん。

伊藤　：そうなんですよね。それ全部Amazonがやってくれるってところが、めちゃくちゃいいサービスですね。しかもこれAmazonだけで売れた物じゃなくて、楽天とか違うところで売れても、発送とかやってくれるので、だからめちゃくちゃ楽っていうか。だから、ぼく自分が売ってる商品の現物実際に見たことないんですよ(笑)

玉井　：はいはいはい(笑) あとはAmazon以外にもこういう定額物流サービスってあるからね。そういうの使えばほんまに四畳半に住んでても大量に在庫抱えて転売ビジネスできるから。ほんますごい時代やわ(笑)

伊藤　：いやそんなんなかった時代に比べたらまじで神サービスですよ。で、なのでぼくはまず最初にFBA1つで売買ルートの導線整えたっていうかんじでしたね。ただ、使用料はかかるので。って言ってもまあ月5千円とかですけど。なので、最初は、自分で在庫の保管とか、管理とか、シール貼りとか発送とか経験してみて、慣れてきたらそこでFBA使うっていうのもいいかもしれないですけど。あとは、FBAじゃなくても、他の定額の物流サービス使ってもいいし、クラウドワークス、ランサーズとかで、内職したい主婦の人とか募って外注するってパターンもありますし。

玉井　：はいはいはい。

伊藤　：で、次に2つ目のリサーチなんですけど、これがめちゃくちゃ重要で。このリサーチをどれだけやるかでまあ8割くらい決まる、と言っても過言じゃないくらいで。今回は初歩的なところだけ説明すると、まずリサーチするってことは、「どの商品が売れるのか？需要があるのか？」ってのを調べていくことになるんですけど、ほんとに例え需要がなくても、良いものだったらマーケティングすれば売れるようになるんですよ。けど、今回は一応初心者の人向けにシンプルに「簡単に需要あるものを見つけて、それを安く仕入れて売る」っていうところだけに焦点をあて説明していきますと。これもツールがあって、モノレート(<https://mnrate.com/item/aid/B07CYQ257H>)っていうツールなんですけど、これもだいぶ有名ですね。ぼくも最初はそれを使って、当時はamashowっていう名前でしたけど。

玉井　：無料やもんね。

伊藤　：無料ですね。じゃあそのモノレートで何が分かるかっていうと、まずアマゾンの商品ランキングと、価格推移のデータを見ることができて。だから、例えば、「この商品は年間を通してコンスタントに月4個ずつ売れているなあ」とか、「この水着は夏にめっちゃ売れてるなあ！」とか、まあ水着やから当たり前ですけど(笑) 要は、時期ごとの値段の変動とか、出品者が多いか少ないかとかが簡単に見える化されるんですよ。

で、これ「モノレート」って検索してもらったらすぐ出てくると思うんで、一回検索して見てもらったと思うんですけど。そのモノレートの中の検索窓に、何か適当にamazonの商品名を入れてもらったら誰でもデータが見れるので、まあ興味ある人は適当に好きな商品の商品名とか、型番とかamazonで調べて、モノレートの検索窓にコピーしてみたら、ほとんどの商品は出てくるんで。で、見方っていうか読み取り方があるので、それを一応簡単に説明しとくと、なので聞いている人もモノレートの画面検索して開いてみてほしいんですけど。まず、見てもらっている人は、基本的にデータは3ヶ月単位で見ていくんですよ。

玉井　：ほうほう。

伊藤　：えーっと、最安値と出品者数、あとアマゾンのランキングの3つが表示されてると思うんですけど、上からそれぞれ何がわかるかっていうと。まず、最安値のグラフってのは、価格変動がないかどうか？っていうのがわかるんですよ。で、なんでそれが大事かって、「せどらー」にとって一番怖いのは価格競争になっちゃうことなんで、つまりどんどん売値が安くなっていく、粗利が減っていくことが怖いんで、だから「値段が常に安定してるかなー？」とかをここで見ると。

で、次に、出品者数のグラフってのは、競合がどれくらいいるかを確認する部分で。で、これはシンプルにやっぱり競合が大量にいたら、需要と供給でいうと供給過多ってことになるので、ライバル多いし売れづらいですよってい

う。だから、例えばここの出品者数が増えてて、かつ上の最安値のグラフも下がってきたりしてたら、それは完全に安売り合戦、価格競争が起きてるなってことが分かるんで。

玉井　：なるほどなるほど。まあ、そんな感じで2つの連動を読み取ったりして、何を仕入れるか判断していくっていうかんじですね。で、最後の3つ目のグラフのランキングは、amazon内の売れ筋ランキングなんですけど、ここでは「月に何個売れているか」を把握することができて、正味これが一番重要っすね。

玉井　：ほうほう。

伊藤　：一応、3つのグラフの連動で色んなことが読み取れるんですけど、ここでは簡単に「なんでランキングの変動を見るだけで月に何個売れてるかが分かるのか？」ってことだけ説明すると。まず、グラフを見て注意してもらいたいのが、ランキングの順位が縦軸になってるんで、つまりグラフが下がれば下がるほどランキングの順位の数字が少なくなるんで。要は下になればなるほど売れてるっていう、普通のグラフのイメージとは逆になってるんですね。で、この折れ線グラフが上がってる、つまりランキングが徐々に下がってるのは何でかっていうと、基本的に1つも売れてないから、っていうのが原因なんですね。だから、売れないから相対的にランキングが下がる。じゃあグラフが下がってる、つまりランキングが上がってる、のは何で

かっていうと、基本的には1つ売れたからランキングが相対的に上がって、だからグラフが下がった、っていう風に読むんですね。

玉井　：はいはいはい。

伊藤　：まあ、毎日のように大量に売れてる商品だと、下のほうで、つまりランキング上位でギザギザの平行線みたいなグラフになるんで、こういう読み取り方はできないですけど、月に何個か売れる程度の商品とかだったら、基本的にはこうやって読み取れるってことですね。で、そうすると、グラフが下がってる箇所を数えれば、何個売れてるかがわかるってことなんで、それで「あーこの商品は月にだいたい4個ずつぐらい売れてるなあ」ってのが分かるっていう。あとは、これ最初はデフォルトで3ヶ月単位になってると思うんですけど、季節によって需要が変わるものとかは年単位で見たりして、例えば、それで夏前やから水着仕入れとくとかって5月とか6月に大量に仕入れたり、ハロウィン前にコスプレグッズ用意しておくか、みたいなこともできるっていう。

で、まあかなり簡単にですけど、こんなかんじで売り先の需要と価格を確認して、めぼしい商品ってのをまずピックアップするわけですよ。そしたら今度は仕入れ先に、仕入れ値をチェックしにいく訳です。

玉井　：言ったら、先に上手く売れそうな商品見つけてから、今度はそれが上手く仕入れられそうかどうかを見るってことね。

伊藤　：そうですそうです。で、僕の場合仕入れ先の値段っていうのは、タオバオワン、aliexpressを主に使っていて、タオバオワンってのは中国人向けのECサイトで、aliexpressは日本人向けの中国のECサイトなんですけど、僕はほとんどタオバオで仕入れてて。ただ、タオバオは中国向けのサイトで中国語表記なんで、中国人で日本語話せる人を知り合いに紹介してもらって、その人に仕入れを任せる形でやってたんですよ。なので、amashow、モノレートでめぼしい商品をバーツとピックアップしたやつをエクセルにまとめて、それを、チンさんっていうんですけど、チンさんに送って、「向こうでの仕入れ値を全部チェックしてください」みたいな感じで調べてもらって、それをエクセルに入力してもらって、送り返してもらってという。それを見て、簡単な計算をして、利益とれそうなのが あったら、じゃあ実際これを何個仕入れようかって判断をして、Skypeでチンさんに指示出して、タオバオで買ってもらってという。

玉井　：はいはいはい。

伊藤　：で、タオバオで買ってもらうときに、さっき言ったFBA使って、最初から発送先をamazonの倉庫にしておく。そしたらそれ以降はもうamazonのFBAのサービスが

やってくれるっていう、まあそんなかんじの流れでしたね。あとは検品とか発送も全部やってくれるので、本当に全部ほったらかしっていう。

玉井　：だから、最初から結構自動化とか効率化を意識してやってたわけね。

伊藤　：そうですね。ほんとに全部の作業が家でパソコン1つあったらできたので。だから、中国輸入って言うても、中国に仕入れに行ったこともなかったですし、チンさん1人雇ってるだけで、そのやり取りもネットだし。

玉井　：チンさんには成果報酬で動いてもらってたん？

伊藤　：そうですね。だいたい仕入れ値の、確か12%とか、いっぱい仕入れたら20%とか支払うみたいなかんじでしたね。まあ、でも別にこうやって外注とか使わなくても、例えば翻訳機能とか充実してるんで、それ使えば自分で仕入れることもできますし。

玉井　：その方が確かに利益率上がるっていうのもあるしね。

伊藤　：そうです。外注先だって紹介してくれる人が身近にいないでも、普通にランサーズやクラウドワークスとかあるので、そこで結構すぐに集まりますし、もっと言うと、ぼくがやってたときって、夕オバオから直接日本に発送で

きなかったなので、わざわざ輸送会社通したりもしてたんですけど、今はそれもいらなみたいなので、だいぶ中国輸入のハードルは下がってるやんっていう。まあ僕はこんな感じで結構な部分を外注してたんで。

玉井　：まあチンさんとかも使ってたね(笑)

伊藤　：そうですね(笑) なんで、僕がやるべきことは、リサーチと外注への指示出し、キャッシュフローの管理、の三つぐらいだったんですよね。だから、考え方としては、いきなりこうやって自動化していてもいいですし、最初は慣れるまで自分でやってもいいですし、勿論自分でやった方が利益率も高くなるんで、その分手間かかりますけど。なので、その手間と時間と利益のバランス、ってのを自身で考えながら探っていくのがいいのかな、って思いますね。

伊藤　：で、長くなったんですけど次、3つ目ですね。資金、お金の計算についてなんですけど。

玉井　：売買ルートの導線、リサーチ、の次の資金ね。

伊藤　：そうです。で、お金の計算に関しては、まずさっき説明したモノレートを見たら、そこに書いてある売値から仕入れ原価を引いたら、だいたいの粗利は予想できるんで。あとはそこから、amazonの販売手数料、あとは国際輸送料とか国内輸送料、他には海外輸入だったら関税、FBA

使うならその使用料、外注してるなら人件費、っていう諸々の経費を引いたら、営業利益が出てくるんで。これがまあ言ったら利益として手元に残るお金ですよ。

で、一般的には大体1商品あたり、粗利が40~50%で、利益は20~30%くらいが良いとされている数字なんですけど、なので月収っていうのは、「1商品あたりの粗利 × 販売した商品の個数、そこから経費を引いたもの」っていう感じですね。

玉井 : うんうん。

伊藤 : で、ぼくが最初やってた頃は、学生だったし元手もそんなになかったんで、戦略としては、できるだけ粗利率が高くて、月に数個とかコンスタントに売れるものっていうのを何個も発掘していく、っていうか感じでやってました。まあ、資金が大量にあったら、粗利が少なくても大量に商品を仕入れて大量に売るっていう、薄利多売の商売をしても利益出せるんですけど、そうじゃない場合ってのは、ある程度決め打ちで、かつ、すぐに売れそうなものを仕入れて、で、売れたらお金が入金されるんで、またそのお金で仕入れて、また売って、という、キャッシュフローをいかに早くまわせるか？っていうのがポイントになるんで。

玉井 : うんうん。まあ、全部のビジネスに言えることやけど、転売は特にキャッシュフローが鬼大事よね。

伊藤　：そうですね。特に最初の頃はかなり意識してやってきましたね。最初は自ずとそこ意識させられるっていうか。キャッシュフローってお金の流れなんで、キャッシュインとアウトのタイミングを見ることが重要なんですけど。つまり「インは早く、アウトは遅く」というのが基本的な考え方で、それってせどりでいえば、売上があがって入金されるのがイン、仕入れた代金を支払うのがアウトなんで。だから、セドラーって基本的に、仕入れはクレジットカード決済にして支払いを遅くして、そのクレカの引き落としまでに、売上立てれるように販売していくっていう。そういうことやってると、自分の今持っているキャッシュに手を着けずに利益を出していけるんで、結構そうやってる人が多いですね。

玉井　：元手なくとも転売ビジネスできるで、っていうのはそういうことよね。

伊藤　：仕組みはそうですね。まあもうちょっと具体的に言っとくと、例えばクレジットで100万円の枠がありますと。1枚で100万じゃなくても何枚かの合計で100万でもいいんですけど、例えば1月1日に100万の仕入れして、で、支払いが2月の25日とか、まあこれはクレカによりますけど、そうだった場合、簡単に言えばその約2ヶ月の間に全部売ってしまえば良いわけで。仮に利益率が3割だとすると、売上の130万が振り込まれてから100万の

支払いをすれば、自分の資金に手をつけずに30万の利益を得ることができるよねっていう。

玉井　：だから理論的には、資金0円でもやろうと思ったらできちゃうってことね。

伊藤　：そうですね。でもだいたいこういう話をすると、「いやもし売れなかったら100万損するじゃないですか！」とか、言われたりもするんですけど。別にそういうわけでは全くなくて、どういうことかっていうと、勿論全部売れないことなんてのはありえないし、いくつか売れ残ったものがあったとしても、売りたいければ最安値より安く売れば良いだけなんで。っていうのも、例えばぼくらがamazonで何かモノを買う時って、基本的に一番上に最安値が表示されて、それを買うじゃないすか。

玉井　：まあそうよね。中古でも状態悪くなかったら適当にそれポチるもんね。

伊藤　：そうですね。で、新品とかだったらほぼ必ず最安値から売れていきますし。なので、売れる商品だったら既にある最安値と同じに価格設定しておいて、そしたら自分のやつが売れるまで順番待ちになるんですけど、もっと早く売りたいかったらそれより安くすれば、自分1人だけ最安値になるんで。そしたらすぐ売れるので、そうやって順番抜かしすればいいだけですし、それでもまあ別に利益は出るんで。

玉井　：最初から純利3割見込んでるわけやもんね。

伊藤　：そうです。なので、仮に最悪マジで速攻売りたいってなったとしても、3割近くは値下げできるんで、仮にそこまで下げたとしてもプラマイ0だし、もっと言うと仕入れ値下回って赤字で売ってなっても、まあせいぜい10%とか20%損したくらいで済むわけなんで、思ってるほどリスクってないんですよ。

玉井　：まあ、結局みんな定価より安く売ってたらすぐ飛びつくってことよね、需要があったら。

伊藤　：そうなんですよ。だから例えば、めっちゃ欲しい10万のバックがあったとして、それをこっちが7万で仕入れて10万で売ってたとして。でも、すぐお金に変えたいってなったから6万で売ったら、「うわ10万が6万になってる！安！」つってみんな買うじゃないですか(笑)でも、こっちの赤字は7万と6万の差額の1万だけっていう。勿論、8万円とか9万円でちょっと利益取るってのでも全然売れると思いますけど。なので、勿論最初は仕入れてなると「ほんまに売れるのかな？」ってちょっと勇気いるかもしれないですけど、そうやってリスクヘッジできるんで、割と安心して仕入れしてもらったら良いかなと。

玉井　：売れるか売れないかは運とかギャンブルじゃなくてデータ、数字で分かるってことやからね。

伊藤　：そうです。だから、結局はリサーチの段階で分かることなんですよね。そういう経験をちゃんと積み重ねて、その判断力を高めていかないと、どのみち大きく稼ぐことは無理なんです。

玉井　：だから、投資と一緒にツールとか人に頼るんじゃなくて、ちゃんと売買の判断は自己責任で、っていう意識がないと。その上で判断力を上げていくことが大事ってことね。

伊藤　：そうですそうです。なので、最初は、同じ商品を一気にどかーんと仕入れるんじゃなくて、いろんな種類を何個か仕入れてみたりして、で「これは稼ぎ頭の商品になるぞ！」っていうものをちゃんとデータから導き出して、確認して、伸ばして行って、そうやって1商品あたりの粗利 × 商品の販売個数、ってのを最大化させつつ、安定もさせていくっていうかんじですね。で、この流れができたなら、最初ぼく水路で例えましたけど、この水路ってのがしっかり構築できれば、あとはお金を入れたら入れた分、利益が出てくるみたいな仕組みが手に入る、っていうイメージです。

あ、あと初心者の人に言いたいのは、まあせどりを始めて半年～1年くらいは、最初につぎ込んだお金を出来るだけ出さないようにする、ってことが重要で、なかなかみんな

そうしないんですけど、結局は元手をどんどん膨らませていくことが大事なので。

玉井　：まあ、どんなに上手に巧みになっても動かせる弾がデカくならん限り稼ぎは増えへんし、FXとかやったらレバレッジかけれるけど転売はレバがきかんからね(笑)

伊藤　：ほんまそうですね。だから、ちゃんと自分で雪だるま式に増やしていく、複利で増やしていかない限りは、大きく稼ぐ、っていうのは無理なので、どっかから金引っ張ってこれるなら別ですけど、なので、仕入れて、売り上げて、またそれを仕入れに再投資して、っていうサイクルを回さないと、当たり前ですけど金額は基本一生増えないので。

玉井　：それ全部生活費回してたらずっと自転車操業なるでっていう。

伊藤　：そうなんですよ。で、そこの違いっていうのもやっぱり最初の意識の初期設定の差というか。

玉井　：「稼いでどうしたいの？」ってところの差よね。

伊藤　：本当にそうで、やっぱり1ヶ月ごとにちょこちょこお金だすのと、半年後にまとめて出すのとではかなり額が変わってくるので。

玉井　：だから複利のパワーよね。”1.2”を1年。12回掛け算したらなんぼになるでしょう、何倍になるでしょう、っていう。

伊藤　：もちろん、ずっと続けていたら、クレカの上限とか上がって行って、大きく仕入れられるようになるとか可能性もあるから。なので、例えばちゃんと1年続けたらもうかなり十分な収入になるはずなので。

玉井　：そう。だから、どうでもいいけど、転売やってる人ってさ、仕入れにクレカ使うからブラックカードとかゲットするの早いよね(笑)

伊藤　：あとポイントも、マイルとかもエグいぐらい貯まりますね(笑)

玉井　：そうそう。だから、俺の友だちにも、転売やってる人で、マイルめちゃくちゃ溜まっているからファーストクラスで世界何周もできるくらい、ってやつとかおるし。

伊藤　：それも転売の魅力の1つ、かもしれないですね(笑)

玉井　：まああくまでおまけとしてね(笑)

伊藤　：なので、まあ、最初は余剰金、別にしばらく必要ないお金というか、そういうものを元手として始めると

か、最初から「この金はいついつまでは出さないぞ」って決めてやるのが良いかなって感じですね。

玉井　：そんな感じかな。

伊藤　：そうですね。これがたとえば数十万くらいの元手から始めて、月5万とか10万くらいの利益を上げるための具体的なステップ、っていうかんじです。ちょっと中国輸入を例にしましたけど、考え方とかはどのジャンルでやろうが一緒なんで、まあ是非参考にしてもらえたら嬉しいです。

玉井　：うん。かなり具体的に喋ってくれたと思うから、きっとイメージも湧いただろうし、何をやるうかなって思ってる人はこれを機に自分で色々調べてみたり、不用品販売とかでもいいんでね。実際にやっぱり行動して、経験値を積んで、自分の中の感覚ってのを掴んでももらえたらなと。で、あとは、せっかくやから、もうちょっと発展的な内容として、OEMの話もできたらなって思うんやけど。

伊藤　：あ、そうですね。

玉井　：だから、さっきおれも言ったけど、ある程度転売で成果が出るようになったら、組織化・システム化するか、情報発信して教える側に回るとかっていう手がありますよって言ったけど、まあOEMも1つの手としてあるからさ。

伊藤　：そうですね。だからその辺ちょっと僕の方で話そうかなって思うんですけど。

玉井　：それじゃ、お願い。

伊藤　：はい。で、OEM自体なんですけど、僕ちょっと前に、電子タバコの通販事業してたことがあって、まあ、さっきの中国輸入からの流れは関係なく、普通に通販の会社を新規でやっていこか、ってかんじで始めたんですけど。まあ、その経験を参考に話せること話していけたらなと思うんですけど。まず、そのOEMっていうのは、要は「自社ブランド作る」ってことで意味なんですけど、言葉から説明すると、オリジナル・エクイップメント・マニュファクチャリング（Original Equipment Manufacturing）の頭文字でOEMですね。日本語やと「相手先ブランド製造」みたいな感じで言われたり。要は「製造メーカーが他社のブランドの製品を作るよー」みたいな。

玉井　：まあ、販売者側からしたら「自社商品の製造が丸々外注できるよー」ってことね。

伊藤　：そうですそうです。で、その電子タバコも、そのOEMで中国で作ってもらって日本に輸入して、日本のECで販売するっていう流れでやってたんですけど。

玉井　：ネットで売るってことね。

伊藤　：そうです。流れとしては、自社で電子タバコのブランドを作って、デザイナーさんにロゴのデザインとか、電子タバコ本体のデザインとかもしてもらって、そのデザインを中国の製造会社に、「こんな感じで作ってー！」ってデータ送って、で、作ってもらってことになるんですけど。ぼくの場合は中国の深センの会社に委託して、まあOEMは深センが有名で世界一って言われたりもしているんですけど、技術力もあるし、安くやってくれるんで、別に直接現地に行ったりすることなく、僕の場合はalibabaっていう中国のBtoBのECサイト使って、それだけで委託できるんで、ほんとにだから家にいながらというか、日本のオフィスにいながら全部完結しましたね。

玉井　：まあだから、大学生とかサークルとかでTシャツとかスウェット作ったりするけどさ。あれも結局、自分らでブランドを作って、まあデザインして、それをネットで発注するだけなわけで、もっと言ったら名刺とかもそうやし。だから、同じノリってことよね。

伊藤　：ほんまそんなノリっすね。やってみたら分かるんですけど、全然難しいことじゃなくて、「なんやそんなもんか」って思ってもらえたら。まあ、大量に受注したり、額が大きくなってきたら、工場にいったちゃんと契約交わした方が良くと思いますけど、alibabaでもちゃんと履歴とか残りますし、alibabaが決済の間を取り持ってくれるんですよ。要は、今はもう個人がネット上で簡単にOEMできる

環境ってのは十分整ってて、っていうか大手の企業でも、例えば、AppleのiPhoneとかもそうですけど、自社で作ってない訳で。主に中国の工場で独占的に作ってるんで。

玉井　：そうよね。インドとかタイとか。てか、日本にも下請け企業あるし。でも、その会社も生産拠点が中国にあったりする、みたいな。

伊藤　：そうですね。やっぱり中国はエンジニアがすぐ集まるんで、生産能力が高いっていうのがでかいですね。あとは、それでいうと自動車とかも実はOEMで作られてて。例えば、鈴木のリポーターとマツダのフレアって、実は車は全く同じものなんですけど、コンセプトとか外観を変えて、要はパッケージングと売り方が違うだけっていう。で、面白いのが、リポーターはフレアの10倍以上売れていて、それは何が違うかって、それがマーケティングの力の差なんですよ。

玉井　：うんうん。あとは化粧品とかもそうよね。だから、要は大学生のTシャツから化粧品から車、iPhoneまで、全部おんなじやでっていう。なんでも今の時代、自分が作りたいものあったら、あとはマーケティングを覚えたらできるよっていう。

伊藤　：ほんまにそうなんですよ。今の時代ほとんどのことが外注できるんで。だから、通販に限らず、アイデアとかノウハウと実行力さえあれば起業なんてほんとに誰でもで

きるし。ちょっと話それますが、今やAIだって外部委託できる時代なんで、マジでやろうと思ったら本当になんでもできますよね。

玉井　：間違いなく人類史上最も起業が簡単な時代に生きてるよね、少なくとも日本やったら。

伊藤　：そうですね。もちろんマインドセットとかも大事ですけど。でも、お金がないってのは一切言い訳にならないし、お金必要なことならクラファンで集めるとか、投資家募るとか、銀行とか政策金融公庫とかでお金借りてもいいし、それ嫌やったら必死にバイトでもなんでもして貯めたらいいんで。

玉井　：うん。もっと言ったらネットビジネスなんて金借りる必要ないしさ、やってるうちに銀行から金借りるより稼いだほうが早いわ、ってなるからね。

伊藤　：うんうん、そうですね。まあ、もちろんやりたいて気持ちだけじゃダメですね。ビジネスの全体的な組み方とか、組織づくりが必要ならその回し方、マネジメント、システム構築の視点もそうですし、マーケティング力は何より一番必要ですし。

玉井　：それを実践しながらちゃんと自分のものにしていくっていうね。

伊藤　：そうです。じゃないと結局、今度、逆に必要なものが全て揃ってたとしても、例えば資金も人脈も取引先も顧客リストも何もかも最初からあったとしても、うまくいかないんで。当たり前ですけど。だからよく言いますけど、2代目社長が会社をダメにするとかってそういうことですよね。

玉井　：あー、必要なものは最初から揃ってるのに、それをうまく機能させる力がない、ってことね。

伊藤　：言ったら一流の最高級の食材があっても、素人は美味しい料理を作れないっていう、やっぱりそこは料理人の腕な訳で。もちろん、逆に会社のトップが交代して、それ以外は何も変わってないのに会社がV字回復するみたいなこともありますけど、そこは経営者の腕な訳で。まあ、ちょっと話それてますけど。なので転売であれば、作りたいものあったらそれは簡単に作れる、ってことですよね。でも、勿論自分勝手に作りたいもの作ったら売れるって話じゃないですけど、「まず作ることは簡単なんや」っていう前提を抑えておいてほしくて、そうなればあとは売れるかどうかかわけで。

玉井　：で、それはまあ、リサーチも含めたマーケティングによるよ、ってことね。

伊藤　：そうです。で、それは転売に限った話じゃなくて、ほぼ全てのビジネスに求められる能力なんで、その僕

がOEM、電子タバコをやった時の話で言うと、リサーチは
広告代理店の人から情報をもらって、「これが次にきます
よ」「作って売った方がいいですよ」みたいな、で、そこ
から色々調べたり、実際に足動かして、吸っている人どん
な感じの人がいるのか、とかりサーチして、商品を決め
てったんですけ。例えば、こういう情報が入ってこなくて
も、転売であれば、売れる商品の見つけ方みたいなものっ
てかなりノウハウ化されてますし、自分が特定のジャンル
にすごく詳しいとか、好きであれば、「これ作ったら売れ
る！」とか「こんなんあったらいいのに」って消費者目線
で思うことって、きっといっぱいあると思うんですよね。
そういうのをキッカケに始めてみるのもいいっすよね。

玉井　：そう。だから、OEM自体はほんとに簡単でさ、
だってもともとあるノーブランドの商品にロゴつけるだけ
で「オリジナル商品！」ってなるわけで、あとは中国製
だったら日本語の説明書つけてあげたりとかさ、もしかし
たら「え、そんなんであえん？」って思うかもしれんけ
ど、そういうちっちゃなニーズとかちっちゃな差別化だけ
でも、れっきとしたオリジナルブランドになるわけで。な
んか大げさに「この世にない全く新しい何かをクリエイト
しないとイケない！」とかじゃないから。それよりもやっ
ぱり集客とか、販売戦略とか、むっちゃ簡単に行ったら
「じゃあAmazonでどうやって自分の商品を上位に表示さ
せよかな」みたいな、そっちを頑張らんと、ええもん作っ
ただけで世の中がそれを自動的に認めてくれるわけじゃな
いから(笑)

伊藤　：そうですね(笑) それでいうと、僕はこのリサーチとマーケティングって、バランスやと思ってて、ゲージのマックスが5やとしたときに、リサーチ5やってマーケティング2やったら、 5×2 で10になるみたいなの。だから既にめちゃくちゃ需要あるものを見つけれたら、マーケティングが2でも、まあそこそこ売れるし、逆にリサーチ2で、例えば需要がどこまであるかわからん、でも作りたい、っていう状況やとして、マーケティング5頑張ったら、 2×5 で、同じ10になるし、もしかしたらそういう面白いアイデアって需要が未知数なだけに、単純な掛け算じゃなくて、こう、20、30ってバブるかもしれないというポテンシャルを秘めているかもしれないし。ただやっぱり、掛け算なんで、どっちかが0やと、掛け算したら0になるわけで。だから、やっぱりリサーチを含めたマーケティング、もっと言ったらアイデアも含めたマーケティング力を高めるってのが一番大事だなっていう。

玉井　：日頃からビジネスの視点で情報収集したり、モノを見たり、勉強したり、をしようってことやね。

伊藤　：いや、ほんまに普段から、普通に遊びに行く時でも、お店とか電車とかバスとかで周りの人をそういうビジネス的なアンテナを立てて観察してみるとか、勿論ネットで日々大量に情報を浴びるとかってのも重要ですし。

玉井　：で、それはやっぱり自分でビジネス実際にやっていると、まあもちろんレベルの差はあると思うけど、自動的に、その一無意識でやっぱり気になるし、別にしんどいことじゃ全くないし、むしろ他の人よりも1つ別の視点で世界を眺められるようになるっていう、おもしろさがあるから。

伊藤　：ほんまにそうですね。で、それはやっぱり意識の差やと思うんで。自営業でやる！というか、自分でビジネスやってるんやぞ俺は！みたいな。

玉井　：そうやねん。だから別にさ、大起業家とか大経営者になろう、とかじゃなくても、1人で独立できるように、経済的に自由になりたいって人でもさ、やっぱりそれはそういう人たちと全く競技、同じフィールドで戦ってるってことだから。

伊藤　：うんうん。だから、やっぱり日々アンテナをどれだけ立てるか、絶対全員、ほんとに全員にとって、ビジネスチャンスは毎日のように目に入っているわけで、それを掴めるかどうかっていうのは、いかに常日頃から準備しているかやと思うんで。

玉井　：そうやね。

伊藤　：あ、あとは、マーケティングについてだけちょっと言っとくと、これネットビジネス編の音声でも多分言っ

たんですけど、マーケティングってのは、何やろうが本当に全くおんなじなんですよ。僕も通販事業やるようになってからすごい実感したんですけど、特に情報発信ビジネスと全く同じで、びっくりするくらい。なのでネットビジネス編の音声まだ聞いてない人はそっち聞いてもらったら流れとか理解できるかなと思うんですけど、結局やっていることって、例えば情報発信ビジネスだったら、商品がオンラインサロンとか、例えば何らかのコンテンツとか、レッスンとか、そういうものですけど。その商品が物品に変わっただけ、言ったら僕の場合商品が電子タバコになっただけで。通販も結局は、メディア作って、YoutubeとかSNS使っていこうとか、広告打とうとか、商品のLP作る際も結局は全く同じ理屈でコピーライティング使って書くわけで。で、そのページにアクセスどんどん集めていくっていう。

玉井　：結局、ネットの経済圏でビジネスするってなれば、何をやるにしてもほんっとに全部インターネットビジネスのスキルに集約されるよね。

伊藤　：だから、何をやるにしても学ぶべきことって1つしかないというか。

玉井　：そうそう。今はこうやって沢山選択肢を知ってもらいたいから、知識を広げてもらえるように喋ってるけど、実践していくってなると、今度は知識を深めていく勉強をしていかなあかんくて。それは結局俺らが言ってる、

起業力とかビジネス力とか、まあその中心にあるのはマーケティング力、人を集めてモノを売るスキルであって、そのレベルっていうか経験値をどんどん高めていけば良いだけで。

もちろん、細かいことは沢山あるけど、焦点当てるべきは1つやから、結局そのレベルをひたすらRPGのゲームみたいに上げていけばよくて。で、それを楽しみながらやってこうぜっていう。そしたら気づいたときにはなんか知らんけど、始めようと思ってた時に自分が欲しかったもの、なりたかったものってのが同時に「あ、手に入ってる」みたいな、当たり前になってるみたいな、プロセスを辿ることになるんやから。じゃあ、そりゃビジネスを学ぶのは1日でも、1時間でも、1分でも早いほうが良いと思うし俺は。

伊藤　：いや、ほんまにめちゃくちゃ思いますね。なので、まあ色々しゃべってきましたけど、少しでもその「難しいことじゃないんやん」っていう、「その程度のことか」って思ってもらえたら嬉しいなっていうか。その上で、まあOEMとかは商品決まってからリリースするのにやっぱ2～3ヶ月とかかかりますし、リサーチも入れたら準備期間で半年は最低かかるんで、「なんかおもしろそーやな、やってみよ」って人は、最初はシンプルに転売を実践して、その過程でちゃんと着実にお金も稼ぎつつ、同時にリサーチもしつつ、もちろん力もつけつつ。で、収入がある程度安定してきたらそっちにシフトするっていうのが安

牌やなって思うんで、まあ参考にしてもらえたらなと思います。

玉井　：うん、そんなかんじやね。だから、まあ転売もだいぶ長いことしゃべってきたけど、その一幅広く抽象的なところからかなり具体的なところまで、転売に限らず言えるしさ。その一働き方のマインドセットとか、自分1人でビジネスを作っていく上で求められる考え方とかもそうやし、ゼロから何か新しくビジネスをやっていく上での、その最初の段階で大事なことやったり、ある程度それで収益化出来るようになってから、事業を拡大していくってなったときの、マネジメントの視点とか、組織化とかシステム化が大事ですよーって話。

あとは、中国輸入とかね、通販事業を例にしたかなり具体的なノウハウ、実践的なところにも迫れたので、結構ぎっしりな内容になったと思うんやけど、なので1回で理解するのはなかなか難しいかもしれないけど、書き起こしとかもあるんでね、何度も復習して自分なりにどんどん理解を深めていってもらえたらなと。あとは、転売ってシンプルやから、こんだけしゃべっというのもあれやけど、「とりあえずやってみる」ってのが一番通用するジャンルやから。

伊藤：まあまあまあ(笑)

玉井　：まず、ちょっとやってみる、っていうのがね、頭で理解しただけじゃなくて体験するっていう、それが大事になってくるから。あとはもう量やから、どんだけリサーチしたかっていう、もう単純に「商品何個検索したんやお前？」っていう、もうそれに比例する訳やん、結果も。つまり、努力が必ず報われる、っていうと何かちょっと違うけど。でも、頑張ったら頑張っただけ成果が出やすいものやと思うんで、なので性格的な向き不向きはあるやろうけど、まあネットビジネス、転売、あとは投資とね、3つの音声聞いてもらった上で、3つのジャンル、1人でビジネスを始める、副業でも起業でも何でも良いけどその手段としてある、この大きな3つのカテゴリっていうのを、しっかり幅広く眺められる視点っていうのを手に入れてもらった上で、転売おもしろそうやなっていう人は、是非やってみると面白いんじゃないかなっていう。この音声がそうやって実際に行動移すキッカケになればね、ぼくらも嬉しいですよっていう、まあそんなところですね。

伊藤　：嬉しいですね。

玉井　：というわけで、今回は以上ですね。それでは続きの投資編でお会いしましょう。

伊藤　：はい！

玉井　：ありがとうございました！

伊藤　：ありがとうございました！

← オウンドビジネスの地図～物販ビジネス～