

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 ～

Part 4

伊藤　：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ぐ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な。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、流した先の人が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が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、初心者の方に向けて、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、そっ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、ほんとは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行く訳です。

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

いう。それを見て、簡単な計算をして、利益とれそうなものがあつたら、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うっていう。

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、本当に全部ほつたらかしっていう。

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つあつたらできたので。だから、中国輸入って言つても、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人雇つてるだけで、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つてたん？

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くても、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、タオバオから直接日本に発送できなかったんで、わざわざ輸送会社通したりもしてたんですけど、今はそれもいらないみたいなので、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。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。

