

プレゼン内容について

1、自己紹介（10分ぐらい）

- 1、小苺米健太郎（BN：山本けんたろう）
43歳 妻、娘（高校生1年）、娘（小学5年）
北海道・東北大手の小売業 店長 単身赴任

「人口が減り続ける東北でこの先家族を養っていけるのか？」

2013年イーベイ輸出

2014年アマゾン輸出（キャプチャー）

その時に売れた商品

ゴジラバンク

スターウォーズ

⇒攻める時は在庫を持つことも必要！

ただし、ご利用は計画的に！

2015年アカウント悪化⇒苦しい1年

2016年4月資本金10万円 合同会社設立

2016年アマゾン輸入

2017年1月

現在、

アマゾン無在庫輸入

イーベイ無在庫輸出

アマゾン無在庫輸出

情報発信（スポットコンサル、アフィリエイト）

2、今取り組んでいる事

スポットコンサル（10分ぐらい）

対象：3か月たって結果がでないからもうやめようかと思っている方に

1か月間個別コンサル（スカイプ1-2回、毎日チャット）

内容：

- ①最初に1時間スカイプして、
今、困っていること、
悩んでいることを聞き出す。

②その上で細かく現状把握。

③現状を踏まえ、
売れるためにはどうすべきか、
考え方を細かく解説し、
今後の方向性を示す。

④その他に、
トラブルになりやすい部分を
あらかじめ情報提供する。

⑤最後に、
あらためて分からないことを
聞いてもらう。

⑥スカイプが終えて、
わかったこと、気づいたことを
アウトプットしてもらい、
理解度を確認する。

⑦その後は日報を出してもらい、
日々の取り組みについて
チャットでアドバイスを
させてもらう。

3、無在庫からの有在庫戦略（20分ぐらい）

目的：①利益率を上げる

②真似されにくいストアづくり（差別化）

③無在庫出品のカート取得率を上げる

利益率を上げたい⇒値入を上げたい

一番最初の取組んだこと⇒まずFBAに慣れる

① 返品、キャンセル商品をFBAに入れてみる

シールはアマゾンに貼ってもらう
発送はTLに依頼する

② 売れた商品のランキングを確認する

あれっ、またこの商品売れた！

ビジネスレポート セッションが多いもの 毎日

1-5 **20-300** 5000

実例

① セッション 5000 ランキング 5800 位 値入率 41%の商品

商品名：

原価：@1150

FBA手数料：

重量 350 g

1日：10個

販売価格の推移

3400円⇒3200円⇒2900円⇒2100円⇒1900円⇒1650円

FBAライバルの数：2人⇒3人⇒6人⇒20人

結論：ランキングが4桁の商品はライバルも多い！

オイシそうに見えても手は出さないこと！

実例

② ランキング 85000 位 値入 30%

商品名：

原価：@

販売価格

FBAライバルの数：なし

結論：無在庫売れ筋商品のFBAはライバル不在でオイシイ！

売り切れる数で勝負する！

FBAに向いていると思う商品

結論

① 無在庫で10万位ぐらいの商品を

② できたら、法人需要のある商品を

- ③ (できたらアマゾン以外から安く) 2個仕入れて
- ④ 納品プランで価格を通常より 10-15%程度高く価格設定 (値入 30%)
- ⑤ なるべく早く FBA 倉庫へ納品し、
- ⑥ 30日以内に売りぬく

納品の仕方

- ① 無在庫商品と一緒に TL 物流に納品し、FBA に発送してもらう
説明⇒発送管理シート
- ② 直接自分 (あるいは外注さん) に送って、そこから FBA に送る
- ③ アメリカから直接 FBA 国内倉庫に発送する

利益のシュミレーション

売上を 100 万とした場合

無在庫輸入	売上構成比 90%	利益率 15%	相乗積 13.5
有在庫	売上構成比 10%	利益率 30%	相乗積 3
			利益率 16.5% 利益は若干アップ

カート取得率が上がるので、売上が上がる傾向あり

今後の方向性⇒FBA×他販路

- ① 売れ筋を見つけたら、2個程度 FBA に入れていく
- ② 無在庫輸入を他販路でも攻めていく!
- ③ FBA 商品を ヤフーショッピング、楽天で販売していく

4、物流の差別化

山田社長のお話を聞いて自社物流を決意

完全自社物流 半自社物流 業務委託

今取り組んでいること

- ① リードタイムを短くする
US アマゾン⇒MYUS⇒DHL⇒US 税関⇒JP 税関⇒TL 物流⇒顧客
問題点: MYUS で商品が反映されるのに時間がかかる

トラブルが多い（商品違い、破損）

米国ヤマト

メリット 早い（タイムロスが少ない）

B T B B T C どちらにも対応

F B Aに直送できる

デメリット

量がまとまらなると高い

インボイスを自分で作成

輸入審査が厳しい（食品衛生法など）

※売れるとわかった商品を最短で、ある程度の量を発送するには向いている

米国ヤマトの安い価格帯

25 k g 20 品目 k 750

今の結論：MYUS経由でまとめて大量に発送するより、こまめに発送してリードタイムを短くする

特に、ハロウィン、クリスマスでの発送遅延は致命的！

大口にすると口割れして通関が遅れる場合あり、2 個口ぐらいで発送

② コストを下げる

日本郵便と直接取引

条件：①月間発送量 ②サイズ ③お届け地域 ④持ち込み⑤日本郵便のシステムを導入（80 万）

① 月間発送量：400 個（半年で 2400 発送）

② サイズ 60-80 サイズは条件が出やすい

③ 関東地域までなら条件が出しやすい

④ 持ち込みだと割引しやすい⇒日本郵便倉庫を利用

⑤ 日本郵便の発送システム導入（80 万の初期費用⇒日割りで 300 円程度）

⑥ 軽いもの、小さいのものは別発送

送料で 250 円程度のコストダウン×400 発送=100,000 円の利益改善

現状維持=衰退