

FOR YOU

中国輸入無在庫で

1日1時間で

月利100万円以上

を稼ぐために私が

やった31のこと



推奨環境

本資料に記載されているURLはクリックが可能です。

できない場合は、最新の Adobe Reader を無料でダウンロードしてください。

<http://www.adobe.co.jp/products/acrobat/readstep2.htm>

著作権

本資料は著作権法で保護されている著作物です。

下記の点にご注意いただきご利用ください。

本資料の著作権はけいこに属します。

著作権者の許可なく、本資料の全部または一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。

本資料に書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です。

著者は事前許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化、見解の変更等を行う権利を有します。

本資料の作成には万全を期しておりますが、万が一誤りや不正確な情報などがありましても、まや本資料を利用することにより生じたいかなる結果につきましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。本資料のご利用は全て自己責任にてお願いいたします。

目次

はじめに	3
■自己紹介	3
中国輸入無在庫とは？	4
私が中国輸入無在庫で	6
1日1時間の作業で月利100万円を	6
稼げるようになるために	6
これまで実践してきた31のこと	6
(1)販売する商品のジャンルを決める	7
(2)とにかく出品する:商品数が命	9
(3)幅広いカテゴリーの商品を出品	10
(4)カテゴリーをしっかりと分ける	11
(5)外注化①:商品登録	12
(6)外注化②:リサーチ	13
(7)店舗ページを作り込む	14
(8)レビュープレゼント	15
(9)セール実施	16
(10)クーポン発行	17
(11)ポイントアップ	18
(12)メルマガ	19
(13)データをチェック	20
(14)新商品を追加	21
(15)売れない商品を削除	22
(16)各販路のマニュアルや情報を読み込む	23
(17)各販路のイベントに参加	24
(18)各販路の営業担当さんと仲良くなる	25
(19)先輩セラー・ライバルセラーのチェック	26
(20)販路を増やす	28
(21)価格調整	29
(22)商品ページの記載の見直し	30
(23)商品名の見直し	31
(24)商品写真の見直し	32
(25)店舗ページや返品記載も見直し	33
(26)ブログやオープンチャットなどでECモールでの戦い方を情報収集	34
(27)売れる商品の有在庫化	35
(28)代行会社の見直し	36
(29)商品の流行をチェック	37

(30)お客様対応は迅速&丁寧に	38
(31)外注化③:店舗担当	39
ご参考: BASE でのみ実践したこともご紹介します	40
(1)SNS①: Instagram	40
(2)SNS②: twitter	42
(3)SNS③: 公式LINE	43
(4)SNS④: YouTube	44
(5)SNS⑤: TikTok	45
(6)外注化: SNS担当	46
(7)インスタグラマーに商品紹介依頼	47
(8)インスタ広告	49
(9)facebook広告	50
まとめ	51

はじめに



興味をもってください、どうもありがとうございます！

今回の内容は、私が中国輸入無在庫で1日1時間の作業で月利100万円を達成するために実践してきた31のことをご紹介します。

少しでもお役に立てたら幸いです。

■自己紹介

こんにちは、けいこです。

2018年に思い切って会社を退職して中国輸入にチャレンジし、今現在は、中国輸入(無在庫&有在庫、OEMもやっています)をメインに、楽天やヤフショ、BASEなど多販路で店舗を運営しているほか、ありがたいことにコンサルや情報発信もやらせていただいています。

東京出身のアラフォーズボラ主婦。愛犬と旦那とのんびり暮らし。

家事は大の苦手ですが、ビジネスは面白いので好きです。

中国輸入以外の物販ビジネスにも常にトライしていますので、その他の物販情報についても、良いものがあればどんどん発信していきます！

「自由な働き方」「好きな生き方」「個人で稼ぐ」を応援しています。

中国輸入無在庫とは？

中国輸入とは

「中国で販売されている商品を輸入し日本で販売する」というビジネスです。

無在庫販売とは

「在庫を持たずに販売し、注文を受けてから商品の仕入れを行い、お客様へお届けする」という販売方法です。

代表的な4つの無在庫

- ①お取り寄せ販売
- ②予約販売
- ③受注販売・受注生産(オーダーメイド商品など)
- ④ドロップシッピング

つまり中国輸入無在庫とは

「中国で販売されている商品を、お取り寄せ商品や予約商品などとして出品し、注文が入ったら商品の仕入れを行い、お客様へお届けする」という販売方法になります。

無在庫と聞くと、難しく聞こえたり、違法じゃないの？と心配されている方もいらっしゃるかもしれませんが、もちろんそんなことはありませんのでご安心くださいね。

メルカリやヤフオクなど、無在庫禁止の販路ではやってはいけないのと、各販路のルールを守らずにやっちゃダメですよ、というだけです^^

私が中国輸入無在庫で 1日1時間の作業で月利100万円を 稼げるようになるために これまで実践してきた31のこと

それではいよいよ《私が実践してきた31のこと》をご紹介します。

- ・中国輸入無在庫で稼ぎたい
- ・チャレンジしているが売上が低迷している

という方は、これからお伝えする内容、全部やってみてください(笑)
嫌でも結果が変わってくるはずです。

ちなみに、私が実践しているのは「中国輸入」の無在庫ですが、他の無在庫にも使える内容はもちろん、有在庫にも使える部分もあります。

ぜひ他の無在庫物販や有在庫でも、活かしてもらえたらと思います！



【注意】

以下にお伝えする内容は、販路によっては**NG**の場合もあります！

例えば、レビューが欲しいからと言って

- ・良い評価のレビュー投稿を依頼する
- ・商品発送前にレビューを依頼する

などは、規約で禁止されている販路もあります。

レビュー系などは、特に厳しい販路も多く、最悪垢BANとなってしまうこともあり得ます。。

ですので、以下でお伝えする各内容を実践したい場合には、必ず事前に、ご自身の出店されている販路の規約などをしっかりと自分でチェックをした上で、問題ないことを確認してから、行うようにしてくださいね！！

こちらは必ず厳守でお願いいたします。

(1) 販売する商品のジャンルを決める

まず最初に、無在庫で販売していく商品のジャンルを決めました。

無在庫の場合、お届けまでに納期がかかります。

なので、「長い納期がかかってもお客様が買ってくれるもの」はどんなものかを考えながら、他セラーをリサーチしまくり、結果的に「レディースアパレル」を販売していくことに決めました。

アパレルであれば、自分も毎日着ているものなので、商品知識が乏しくてもチャレンジしやすいだろうと思ったのも、アパレルに決めた理由の1つです。

大きなジャンルとしては「レディースアパレル」にしましたが、

- ・10代の高校生や大学生
- ・20-30代の働く女性
- ・30-40代のママさんや主婦の方

によって売れる商品は違ってくるはず。。

でも今の時点では、何をどうしたらいいのかさっぱりわからない。。

ということで「レディースアパレルなら何でもOK」で始めました！

無在庫は在庫を持たなくていいので、「出品して売れなければ削除すればいいだけだ」と思ってスタートしました。



(2)とにかく出品する:商品数が命

無在庫は商品数が命です。

当時教わっていた先生に言われた時は、意味がまったくわかりませんでした。今ではよくわかります。

有在庫は「売れる商品＝需要の高い商品」をリサーチして見つけ、それを仕入れて販売していきますが、無在庫はその逆。

あえて需要が少ない商品を販売していきます。

例えば「3ヶ月に1個売れるか売れないか」というような商品です。

そのような需要の低い商品は、有在庫セラーは販売しません。

有在庫で売っているセラーがいないから、無在庫でも＝納期がかかっても、どうしてもほしいと思ったお客様は買ってくれる、これが無在庫のビジネスです。

3ヶ月に1個売れるか売れないかという商品を、10商品や20商品出品したところでまとまった額なんて稼げません。

私はいきなり専業で物販を始めましたので、お小遣い程度ではなく、当然月利100万円以上を最初から目指していました。

なので、最初はただひたすらに、商品数を増やすことに全力で臨みました。

(3) 幅広いカテゴリの商品を出品

カテゴリは幅広く取り扱った方が良いです。

そうすれば、色々な商品からお客様が流入してくれます。

例えば、ワンピースだけを出品した場合、ワンピースを探しているお客様しか自分のショップに辿り着きません。

ですが、ワンピースの他にも、アウター、水着、バッグ、スカート、パンツ、シューズ、色々なカテゴリの商品を出品しておけば

『このバッグかわいいかも』

↓↓↓

①バッグは思ったのと違ったけど、スカートやアウターもいいのあるじゃん。

→スカート1点購入

②バッグも可愛いけど、このアウターもかわいい。

→一緒に買っちゃおう(2点まとめ買い)

などと、購入の機会を増やせるからです。

ということで、とにかく「レディースアパレル」に該当する商品カテゴリ・近いカテゴリの商品はOKとして、どんどん出品しました。

『無在庫は何が売れるかわからない』

『今の自分では全くさっぱり想像ができない』

『ならとにかく何でも出品していこう』

『出品するだけなら、私でもできる』

という考えでした。

(4)カテゴリをしっかりと分ける

ショップのカテゴリはしっかりと分けるのがおすすめです。

カテゴリをしっかりと分けておけば、

- ・お客様が目当ての商品を探しやすい
- ・きちんとしたショップに見える(見栄えの問題)

などの効果があるためです。

私もしっかりと作り込みました。

『どういう風にカテゴリを分けたいのかわからない』

という方は、他のセラーを真似すればよいです。

自分と同じような商品を販売しているショップを見つけて、カテゴリを真似させてもらいましょう。



(5)外注化①:商品登録

早々に『自分一人では絶対に無理だ』と判断できたので、すぐに外注化をスタートさせました。当時教わっていたコンサルに入会し、その1週間後には外注さんを募集し外注化を始めていたイメージです。

無在庫は商品数が命なので、とにかくたくさんの商品を出品したいけど、たくさんの商品数分の「リサーチ」&「商品登録」がしんどすぎたからです。

1年かかっても、自分一人では終わりそうにない。。

ということで、まずは単純作業である「商品登録」の外注化から始めました。一番多い時には20人ぐらい雇っていました。

外注化って聞くと大変そうに思えますが(私も最初はそう思いました)、やってみれば「こんな簡単なの?」と感じていただけると思います。

まずは単純な作業から依頼してみる。

外注さんの募集は「シュフティ」がおすすめです。

■シュフティ: <https://app.shufti.jp/>

その他、ランサーズ、クラウドワークス、ジモティも使えます。

■ランサーズ: <https://www.lancers.jp/>

■クラウドワークス: <https://crowdworks.jp/>

■ジモティ: <https://jmtty.jp/>

(6)外注化②:リサーチ

「商品登録」の外注化がある程度できてきたところで、次は「リサーチ」も外注化をさせました。

マニュアルを作成し、商品登録同様、シュフティなどで募集。
応募してきてくださった方にどんどん依頼していきました。

商品登録に比べ、画像検索だけのとても簡単な作業でしたので、多くても3人程度だったと思います。

外注化をさせた後も、外注さんたちと一緒に、私もひたすらリサーチ&商品登録を進めました。

ただただひたすら「リサーチ&出品」作業に没頭です。

- 無在庫は商品数が命。
- 商品数が多くないとまとまった額は稼げない。

ですので、稼ぐために今できることは「リサーチ&出品」だけしかない私は、全力投球でこの2つを進めました。

この頃が一番ハードでした^^;

(7) 店舗ページを作り込む

店舗ページも作り込みました。

自分がお客様だったら

何も装飾のない殺風景なショップより

バナーなどもしっかりあるショップの方が見ていて楽しいし安心感がある

と思ったからです。

と言っても、お金がないので、まずは自作でチャレンジ。

今思い返すとダサイバナーやロゴでしたが、他ショップを参考に作成し、並べていきました。

ちなみに、デザイン関係は「canva」がおすすめです。

無料でおしゃれで綺麗なバナーやロゴが作成できてしまいます。

(有料のものもありますが、無料で十分です)

■canva: <https://www.canva.com/>

「自分では無理」という方は「ココナラ」などで依頼するのがおすすめです。

バナーであれば、大きさや内容によりますが、1000-3000円程度で依頼も可能です。

■ココナラ: <https://coconala.com/>

(8) レビュープレゼント

レビューを書いてもらえるように、プレゼント企画を実施しました。

レビュー投稿で

- ・次回使える10%OFFクーポン
- ・ちょっとしたおまけやサンプルなどがもらえるというものです。

楽天市場や他の販路のセラーの商品ページなどをチェックしてみてください。
上記のような施作をやるショップが結構あると思います。

メルカリは取引ごとにお互いにレビューするのが必須ですが、ECサイトの場合は、レビューは必須ではないので獲得するのは大変だったりします。

なぜなら、お客様にとって、レビューを書くのは面倒だから(笑)

だから、レビューを書いてもらえるように、
「書いてくれた方全員に〇〇あげます」的な企画が効果的なんです。
良いレビューがもらえやすくなるというメリットもあります。

ただし、冒頭に記載したように、レビューが欲しいからと言って、何でもかんでもやって良いわけではないのでご注意くださいね。
販路によってかなり厳しくルールが決められていたりしますので、規約違反にならないよう、事前確認必須でお願いします。

(9) セール実施

やはり割引すると売れやすくなるので、定期的に行っていました。

- ・いくら割引すればいいのか
- ・いつやればいいのか
- ・期間はどのくらいか

などは、さっぱりわかりませんでしたので、とにかくやってみました。

色々なパターンでやってみる

→自分のショップに一番効果がある

=一番利益が稼げるのはどれか

実験していき、自分なりの運用を見つけていけばOKです！



(10) クーポン発行

ずっとセールをするわけにはいかないなので、クーポンも活用してみました。

- ・セールと組み合わせたり
- ・始めてのお客様限定
- ・フォロワー様限定
- ・注文してくださったお客様に次回利用できるクーポン

など、クーポンも色々なものが発行できますので、どんどん試してみるといいかと思えます。

ショップによって、また扱う商材によっても、その効果は変わってきますので、セール同様色々試してみるのがおすすめです。



(11)ポイントアップ

ポイントアップも活用してみました。

- ・単独でやってみる
- ・セールと組み合わせてみる
- ・クーポンと組み合わせてみる
- ・販路のイベントに合わせてみる

など、ポイントアップもどんどん試してみるといいと思います。

『正解がないので、とにかく自分のショップに合うスタイルを探すしかない』と思って、色々なパターンを実験していきました。

あまり良くない例えかもしれませんが、ゲームのような感覚で、どうしたらお客様に一番効果が高いのかを探っていくイメージで私はやってみました！

(12)メルマガ

メルマガ(メールマガジン)は、メルマガ希望のお客様にのみメールを配信できる機能です。

セールや新商品入荷などのご案内を定期的に配信することで、お客様に来てもらい、買ってもらうことを期待して配信していくものです。

ただし、メルマガ希望の申し込みをされたお客様にしか送信ができませんので、オープン直後のショップでは使えません。

(まだメルマガ希望のお客様がいないので、配信しても効果がない^^;)

とりあえず設置しておき、リストが溜まってきたら運用スタートしていくのがおすすめです。



(13) データをチェック

データは定期的に必ずチェックしています。

できれば毎日、何か施作を実施した時には必ずチェックした方がいいです。

どの販路にも大なり小なり各種データを見れる機能がありますので、ご自身が出店されている販路のマニュアルを読んでみてください。

つつい売上などに目がいきますが、

- ・商品別の閲覧数・お気に入り数→どの商品が人気かがわかる
- ・注文者情報→新規が多いのかリピーターが多いのかがわかる
- ・性別や年代→自分のショップの顧客層がわかる
- ・SNS経由の流入数→どのSNSが流入が多いのか・少ないのかがわかる

この辺りを見ながら

- ・こういうデザインの商品が注目されているな→似た商品も探してみよう
- ・リピーターが少ないな→リピーターが増える施作を増やしてみよう
- ・20代女性のお客が多いな→マッチする商品を探してみよう
- ・インスタからの流入が多いな→インスタメインでもっと頑張ってみよう

などと判断して、今後のショップ運営に活かしています。

閲覧数やお気に入り数であれば、注文がまだ少ない時でも使えますので、使えるものはどんどん活用すべしです。

(14) 新商品を追加

定期的に「新商品」も出品していきました。

アパレルのショップでもコンビニでも、
常に何か「新商品」って販売されていますよね？

自分がお客様だったら
見に行くと必ず新商品があるお店の方が「見ていて楽しいからまた見に行きたくなる」と
思ったので、毎月だったり季節ごとだったり、無理のない範囲で新商品も出品を続けまし
た。

初期の頃から、今でも、新商品の出品は続けています！

(15) 売れない商品を削除

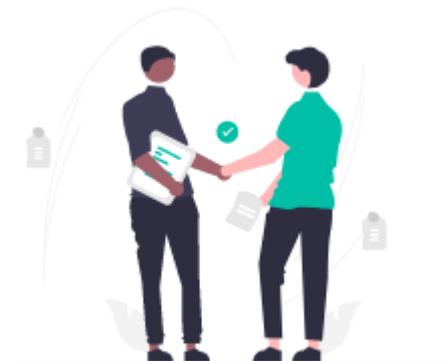
新商品を追加出品する一方、商品の削除も実施していききました。

- ・実際に販売してみて売れない商品
- ・在庫切れになってしまってもう仕入れることができない商品

などを定期的に削除していきます。

出品できる商品数や画像容量の制限に問題のない販路の場合には、無理に削除しなくてもいいのですが(在庫切れで仕入れられない商品はせめて非公開にはした方が良いでしょう)、商品数や画像容量の制限が厳しい販路もありますので、そのような販路については定期的に削除をしていききました。

csvを活用し自分で行うことも可能ですし、単純作業なので、外注さんに依頼もできますよ^
^



(16) 各販路のマニュアルや情報を読み込む

売上を上げるためには、出店している販路について詳しい方が当然有利です。

ECモールで売る・稼ぐ方法は、大原則はどの販路も同じではありますが、

販路によって

- ・登録できる画像数や画像のルール
- ・商品名の文字数
- ・SEOに効く部分
- ・使用できるHTML
- ・セールやクーポン、ポイントアップのルール
- ・有料オプションの内容
- ・広告の種類や料金

などが全然違うからです。

複数販路を運営している場合には、全販路について詳細に理解するのは大変ですので、まずは1つ、メインとする販路から理解を深めるのがおすすめです。

私も初期の頃は、販路のマニュアルなどを何回も見ましたし、わからないところは各販路に問い合わせたりして理解を深めました。

(17) 各販路のイベントに参加

各販路で実施されるイベントには必ず参加します。

参加しないと損をするからです！

・楽天市場であれば「楽天スーパーセール」「お買い物マラソン」

・auPAYであれば「三太郎の日」

など、販路主催のイベントには多くのお客様が集まりますので、通常時より多くの売上を見込めます。

そんな大チャンスの日には、ぼーっとしてるなんて、もったいない！！

イベントは、広告のように大金を払う必要はありません。

負担するのは、決まった額や割引率以上の割引分ぐらいです。

在庫処分の場合としても断然有効ですので、販路イベントにはどんどん便乗していくのがおすすめです。



(18) 各販路の営業担当さんと仲良くなる

これ、実はめっちゃ重要(だと思っています)!!!

販路や出店プラン、売上規模にもよりますが、
販路によっては、自分のショップに担当の営業さんがつく場合があります。

個人の営業さんではなく、サポートチームという形でサポートしていただく場合もありますが、営業さんがついた場合には仲良くしといた方が絶対にいいです。

営業さんは「各販路のマニュアルなどには載っていない、売上アップのコツやノウハウ、他社事例などの生きた情報を持っている」からです。

仲良くなっていくと、他のショップで最近うまくいった事例なんかを紹介してくれたりもするので、私はその方法で効率的に進めることができた商品もあつたりします。

仲良くなって損はないと思いませんか？

ただし、担当ショップをサポートすることで売上アップして欲しいとも思っています
が、営業さんの目的の1つには「有料の広告を使って欲しい」があります。

有料広告は勧められますので、その点は理解しておいてくださいね^^

(19) 先輩セラー・ライバルセラーのチェック

どの販路でも、どの物販でも必須となります。

私も常に先輩セラーやライバルセラーをチェックしています。

これまでも、売上に伸び悩んだ時は、先輩セラーのショップを分析し、自分のショップに活かしてきました。

一番苦しかった時に実践したことは

「先輩セラー3人を選び、以下の項目(30以上の項目があったと思います)を全て抜き出し、自分のショップと比較する」

です。

- ・ショップ名
- ・どんな商品を扱っているのか
- ・商品数
- ・売れ筋商品
- ・新規商品
- ・商品名(何か工夫はあるか)
- ・商品写真(並び順や何か工夫はあるかなど)
- ・商品ページ(どんなことが書いてあるか、何か工夫はあるかなど)
- ・特定商取引法などの内容
- ・ショップのTOPページ(デザインやどんな内容なのか)
- ・バナー
- ・レビュー対策
- ・お気に入り登録してどんな案内が来るのかチェック など

Googleスプレッドシートにまとめたのですが、めちゃめちゃ大変でした。

もう2度とやりたくないですが、頑張ったおかげで、どういう商品が売れるのか、どういう商品ページが良いのかということが理解できたので、やってよかった、とても勉強になったと思っています。

ちなみに、先輩セラーやライバルセラーは、1回だけでなく、定期的にウォッチしていくのがおすすめです。

- ・新しくこんなカテゴリの商品も販売し始めている
- ・こんな商品が売れている
- ・新しくこんなことを始めている(→レビュー獲得に効果高そうだ、私もやってみよう)など

色々な発見がありました^^

良いと思ったことは真似すればOK！

パクリはNGですが、真似はどんどんした方が良いです。



LOOK!

(20) 販路を増やす

販路を増やせば、当然売上は増えやすくなります。

販路によって顧客が違うからです。

例えば、私の場合は、日用品などはamazon、なんかいいものないかなという時は楽天を使うのですが、

人によって

- ・ヤフショとamazonです
- ・基本は楽天だけど、アパレルはZOZOTOWNで買います
- ・安いQoo10でまずは探します

利用する販路って違うんですね。

同じ商品でも、1つの販路だけで売るよりも、複数の販路に出品した方がそれだけ多くのお客様に見てもらえるので、売上アップに繋がります。

また、複数販路に出品することで、万が一の際のリスクヘッジにもなります。

自分が何も悪いことをしていなくても、不運にも垢BANになってしまうなんてこともあり得ます。そうなった時に複数販路で運営していれば、いきなり収入がゼロになる心配はありません。

売上アップ&リスクヘッジ、両方の観点から複数販路がおすすめです。

実際に私も、出店してある程度成果が出たら別の販路へ、を繰り返し、今ではなんと「6販路」も運営をしています。

6販路は正直やりすぎなので、ここまではしなくてよいです^^;

(私はコンサルもやらせていただいているので、色々知っている必要があるのですが、勉強のためにどんどんチャレンジをしているのが主な理由ですので笑)

(21) 価格調整

価格調整も何度もしてきました。

自分が売りたい金額と適正価格(売れやすい価格、売れる価格)は違うので、売れないなと思ったら、価格を下げてみたり、逆に価格を上げてみてセールを実施してみたり、色々試行錯誤するのがおすすめです。

『安かろう悪かろうで、価格を上げたことで売れやすくなった』

なんてことが起こったりもします。

自分のショップの売れやすい価格帯が掴めたら、商品選定にも活かせます。

たくさんの商品について、修正を加えたい時は「csv」がおすすめです。

有料の販路もありますが、たいていどの販路にもcsvの機能がありますので、ぜひcsvを使うようになってくださいね^^

(22) 商品ページの記載の見直し

商品ページについても、何度も修正してきました。

お客様が見たときに、

- ・わかりやすい
- ・商品の魅力が伝わる
- ・できるだけ文字数は少なく
- ・重要な注意情報などはしっかり理解できる

そんな商品ページの内容を求めて、先輩セラーやライバルセラーを参考に、いいなと思うフレーズがあればマネをさせていただきながら、何度も試行錯誤してみました。

商品ページの記載の良し悪しで、売上も変わるし、お客様対応も減らせるので、より良い内容になるよう、考えていくことが大切だと思います。



(23) 商品名の見直し

商品名についても、何度も見直しを実施してきました。

商品名はめっちゃめっちゃ重要です！

どの販路でも、商品名のキーワードが検索に引っかかることで、お客様が自分のショップの商品に辿り着きます。

SEOに大きく影響する「商品名」の良し悪しは、その商品の売上にとてもとても大きく影響します。

各販路の「サジェストキーワード」をしっかり押さえた上で、お客様をグッと惹きつける魅力的でキャッチーなキーワードや旬のキーワードを盛り込んで行くように意識しています。



(24) 商品写真の見直し

商品写真もこれまで何度も見直しています。

私が意識しているのは

- ・1枚目の写真
- ・並び順
- ・細部の写真もしっかり入れる

以上の3つです。

商品写真についても、売上が伸び悩んだ時に、先輩セラーを参考に研究しました。

特に、売れる商品については、商品写真に力を入れた方が良いです。

ココナラなどで外注して作成してもらうこともあります。

ココナラの場合、依頼するデザイナーさんによりますが、キャッチフレーズや構成も含め丸投げできる方もいますし、こちら側で細かく指定して画像作成だけを依頼するというやり方の人もいます。

進め方次第で金額も変わってきますし、正直デザイナーさんとの相性やデザインの好みもあるので、何人か試してみて、良い人が見つかったらその後はその人に依頼していくという風になっています。

■ココナラ

<https://coconala.com/>

できるだけコストを抑えたい方は、ロゴ・バナー作成でもお伝えした「canva」がおすすめですよ^^

■canva

<https://www.canva.com/>

(25) 店舗ページや返品記載も見直し

店舗ページや返品などに関する記載についても、何度も見直しを実施してきました。

特に無在庫の場合

- ・お届けまでの納期がかかる
- ・欠品リスクがある
- ・キャンセルやお客様都合での返品交換は不可(としているショップが多いです)

など、有在庫のショップとは違う注意事項がありますよね。

これらをしっかり記載して販売しないと、お客様とトラブルやクレームになってしまいますので、きちんと明示していく必要があると強く思っています。

お客様に少しでも多く&しっかりと内容が伝わるよう、自分のショップ専用の「お買い物ガイド」や「Q&A」をまとめているショップもありますので、よければ調べて参考にしてみてください。

特に「特定商取引法」の記載に当たる部分は、しっかり記載するようにしてくださいね。

多数の無在庫ショップを見比べて、何度も書き直してきました。

(26) ブログやオープンチャットなどでECモールでの戦い方を情報収集

「ECモールで稼ぐ・売上をアップさせる」ということについて、そもそも知識が全くないことに気づいた私は、色々調べて、見えそうなものはどんどん活用しました。

- ・結果を出している(であろう)人が書かれているブログ
- ・LINEのオープンチャット

などから学んでいきました。

結果を出している(であろう)人が書かれているブログの場合には、自分と同じようなスタイルの物販を実践されている方で、今現在も更新されているブログをいくつかチェックして、どんどんインプットしていきました。

LINEのオープンチャットについても、中国輸入系のものにとりあえず参加してみて、活発であり、発言や雰囲気などがよく、しっかり管理されているところを残し、今でもたまにチェックしています。

個人のブログなどですので、正直、間違った情報や、偏った情報もあります。

全てを単純に信じるのではなく、自分の中でしっかりと取捨選択していく必要はあります。



(27) 売れる商品の有在庫化

無在庫で出品してみて、売れる商品は「有在庫化」していききました。

納期がかかる無在庫でも売れる商品は、有在庫にして納期の壁をなくすだけで、ぐっと売れるようになることが多いです。

実際に私もこれまでに、無在庫で売れる商品を有在庫にしてみたら売れる売れる。
1ヶ月で200個売れたバケモノ商品もありました(滅多にはないですよ^^;)

無在庫は「在庫を持たなくて良い」のが最大のメリットではありますが、
売れる可能性のある(高い)ものは、有在庫化した方がいいに決まっています。

もちろん「とにかく在庫は持ちたくないんだ」という方は無理にやらなくてOKですが、売上を少しでも増やしたい方は、売れる商品の有在庫化はおすすめの方法になります。

いきなり100個とか仕入れなくて大丈夫ですので、まずは10個とか、仕入れて有在庫で販売してみるところからスタートです。



(28) 代行会社の見直し

代行会社についても、これまで見直しをしてきました。

4年間の間で利用した代行会社は合計4社です。

(実際には、コンサルという立場として、リサーチ&情報収集のために利用してみた代行会社も含めたら、合計7社ぐらいにはなります。)

代行会社によって

- ・無在庫に強い or 無在庫は対応していない
- ・OEMに強い or 既存商品の仕入れのみ
- ・アパレルに強い or アパレルは苦手

などの得手不得手があります。

月額費用が無料のところもあれば、月額費用がある分有料オプションが安いなど、料金体系も様々です。

代行会社のシステムや、担当者さんや代行会社さんの考えなどとの相性も正直あります。

ですので、まずは1社利用してみる。

問題なさそうであればOKですが、ある程度成果が出たら、今後のご自身のビジネスの展開(OEMをやるやらないなど)も含めた上で、比較検討してみるといいんじゃないかなと思います。

(29)商品の流行をチェック

自分が扱う商品について、詳しくて損は1つもありません。

というか、詳しい方が絶対に得します。

そして、どのカテゴリにも「その時の流行りのデザインや色、形」があるので、流行をチェックしていくことも大切です。

私のショップは「レディースアパレル」を販売しているので、

雑誌を参考に、常に

- ・今何が売れているのか
- ・今何が流行っているのか
- ・次のシーズンは何が来そうなのか

を理解するようにしています。

雑誌だけでなく、楽天市場やZOZOTOWNのランキングなどもウォッチするようにしています。

ちなみに私、ファッションに興味は皆無です。(若い頃はありましたが)

毎日ユニクロ&同じコーデでOKな人です。

それでも、勉強すれば、興味のない世界の流行も知ることができます。

「私センスないから」と諦めないでくださいね。もったいないです。

雑誌については「dマガジン」がおすすめです。

月額440円(税込)で、1,000誌以上の雑誌が見放題なので興味ある方はぜひ^^

■dマガジン

<https://dmagazine.docomo.ne.jp/>

(30)お客様対応は迅速&丁寧に

お客様対応はめっちゃめっちゃ大事なので、迅速&丁寧にを心がけています。

特に無在庫は、お届けまでに日数がかかるので、必然的にお問い合わせは多くなりがちです。

その日来たお問い合わせは、その日中に返信するのがおすすめです。

日本人は高いレベルのサービスに慣れているので、早く回答が来るものだと思っているお客様が多いんですよね。

まだ状況を確認中でわからない時などは、「確認しまして、状況が分かり次第、またご連絡をさせていただきます」でいいんです。

何も返事をしないと、「メールが届いていないんじゃないか」と不安に思って、何度も問い合わせしてきたり、BASEや楽天市場など、各販路に直接連絡しちゃう人もいますので、特に一番最初の問い合わせ時には迅速に回答する方が良いです。

内容についても、丁寧に越したことはありません。

問い合わせ対応の良し悪しが、レビューなどにも大きく影響します。

私もこれまで、「問い合わせ対応がよかった」「質問に丁寧に答えてくれて安心して買い物できた」という高レビューもたくさんもらいましたし、逆に「問い合わせたら高圧的な感じがして嫌だった」と低レビューをもらってしまったこともあります(そんなつもりはなかったのですが^^;)

ご自身のショップを守るためにも、迅速に&丁寧にを心がけて、誠実に対応していくのが一番です。

(31)外注化③:店舗担当

店舗運営の担当として、外注さんを雇っています。

私はBASE以外にも、楽天市場、ヤフショ、auPAYなどにも出店しているので、それぞれのショップに各担当者を置き、その担当さんに毎日「注文確認」「商品の取り寄せ手配」「出荷処理」「お問い合わせ対応」をしてもらっています。

各担当さんが育つまでは、時間もかかるし大変な部分もありますが、

できてしまうと超～～楽！！

毎日1時間程度の作業だけでOKになります。

私が毎日1時間でしているのは、

- ・各担当の外注さんから、わからないことや「これはこうでいいですか？」などの確認が来たりするので、それへの対応。
 - ・商品リサーチや商品登録も外注化しているので、その対応。
 - ・楽天市場などの販路担当者からの連絡を確認したり、各販路のイベント対応(参加申し込みや各種設定)、お店のデザインを見直したり。
- とか、そんな程度です。

残りの時間で、別のビジネスを実践しています。

ある程度の売上が出るようになったら、

- ・より売上をアップさせる
- ・別のビジネスにチャレンジする

そのための時間を確保するために、どんどん外注化をしていただけたらと思います。

ご参考: BASEでのみ実践したこともご紹介いたします

以下は、BASEでのみ、実践してきた内容(SNSと外部広告について)です。

楽天などの他販路では実践していません。

他販路では、SNSと外部広告を行わずに月利100万円は達成できたので、以下の方法はECモールでは必ずしも必要はないと思いますが、やって損はもちろんないので、ご参考までに紹介します。

(1) SNS①: Instagram

ネットショップへの集客と言ったら、一番相性がいいのはインスタです。

写真&動画メインの媒体なので、商品販売と相性がいいんですよね。

私も一番最初に始めたSNSがインスタでした。

インスタに自分のショップの商品の写真を投稿

→自分のショップ&商品知ってもらう

→自分のショップを訪れてもらい購入してもらう

私が始めた頃は

- ・インスタアカウントを5個作成(1メイン+4サブ)

- ・外注さんを5人雇ってインスタに毎日投稿してもらう

これだけでも流入がわりと見込めましたが、もう今は無理です。

インスタはどのショップもやっているの

その中でいかに「見つけてもらうか」「ファンになってもらうか」が大切。

なので、今は1アカウントのみで運用しています。

まずはやってみないと始まらないので、やっていない方は始めてみてください。

- ・インスタの投稿の方法

- ・リールの作成方法

- ・バズらせるコツ

などは、ネットで検索すれば色々な方がブログやYouTubeに情報をアップしているので、勉強しながら、どんどん実践あるのみです！



(2) SNS②: twitter

次にやってみたのがtwitterでした。

文字メインの媒体なので、インスタよりも始めやすいと思います。

「拡散」を目的とした媒体なので、ネットショップとの相性はいまいちですが、

- ・何がきっかけでどうなるかわからない
 - ・露出は多い方が良いに決まっている
- と思ったので、とにかくやってみました。

結果は可もなく不可もなくという感じでしたが、商品によって相性もありますし、データを見るとtwitterからの流入もまあまああったので、やって損はないかなという印象です。



(3) SNS③: 公式LINE

「売れているショップは公式LINEをやっているぞ」と思った私は、こちらも早速チャレンジしてみました(とりあえずやってみる派です)。

しかし、アカウントを作ってはみたものの、、

- ・何を発信すればいいのかわからない
- ・とにかく面倒(←ほぼこれ)

で放置状態でしたが、BASEで月商100万円はクリアしました(笑)

ですので、最初はやる必要はありません。

まずは、インスタやtwitterなどの集客力のあるSNSで集客

→注文が増えてきたら公式LINEをスタートし、リピートユーザーを増やす

これがセオリーです。

リピート販売を狙った商品の場合は、特にLINEとの相性はバッチリなので、積極的に運用すると思います。



(4) SNS④: YouTube

「次はYouTubeにチャレンジだ！」ということで始めてみたものの、1個だけ動画をアップして放置状態です。

私には、動画作成はしんどすぎでした。。

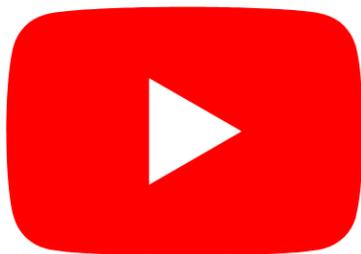
YouTubeの力を借りなくても、売上は増えたので、BASEで月商100万円を越えるのに必須でないとは思いますが(笑)

ただ、今は「YouTubeショート」という短い動画が流行っているんですね。

ショートなら動画投稿も簡単にできますし、YouTubeは利用者も多い魅力的なSNS媒体なので、私もショートで再度チャレンジしてみようと思っています。

我こそはという方、一緒にやってみましょう^^

「どんなことを動画にしたらいいかわからない」という場合は、人気の動画や同業他セラーの動画を参考にすればOKです。



(5) SNS⑤: TikTok

私のショップは10-20代向けなので、かなり相性がよかった媒体です。
いくつかバズったものもあって、コメントも殺到して嬉しい悲鳴でした。

TicTokについても、
いつものように「とにかくやってみるぞ」ということでスタート。

でもやっぱり、アカウントを作成したものの、投稿作成を勉強するのが面倒すぎ他ので、すぐに外注さんを雇って丸投げしました(笑)

『若い方で、TicTok好きな人 & ファッション好きな人、お願いします！』

という勢いだけの募集でしたが、応募してくださった方に今もお願いしています。

SNSは、好きな人に任せると楽ですよ！



(6)外注化: SNS担当

インスタ、twitter、TicTokについて、外注さんに任せています。

外注すると外注費用がかかるので、最初は売上は圧迫されます。

ですが、その分自分の時間と労力に余裕ができますので、その浮いた時間と労力を使って「いかに売上をUPさせるか」に注力できるようになります。

例えば、

- ・SNSの投稿などは外注さんに任せ
- ・自分は先輩セラーの分析→新商品リサーチや商品ページ見直しに時間を割く
ということができるようになります。

自分は担当者ではなくオーナーとなり、
「いかにショップの売上をUPさせるか」
これだけに時間を使えるようになるのが理想です。

外注化って聞くと大変そうに思えますが(私も最初はそう思いました)
やってみれば「こんな簡単なの?」と感じていただけると思います。

まずは単純な作業から依頼してみる。

外注さんの募集は「シュフティ」がおすすめです。

■シュフティ: <https://app.shufti.jp/>

その他、ランサーズ、クラウドワークス、ジモティも使えます。

■ランサーズ: <https://www.lancers.jp/>

■クラウドワークス: <https://crowdworks.jp/>

■ジモティ: <https://jmtty.jp/>

(7) インスタグラマーに商品紹介依頼

インスタグラマーさんに依頼して、自分のショップの商品を紹介してもらいました。「商品を無料提供」または「お金を払って」依頼する形になります。

依頼方法は2つ

- ・直接DMなどで依頼する
- ・インスタグラマーのマッチングサイトで依頼する

直接依頼も何度も行いましたが、最初の頃はことごとく惨敗。。

DM送っても返事は一切来なかったです。

フォロワー数が10万のインスタグラマーさんであれば、至る所から案件の依頼がきていますので、弱小個人セラーなんか相手にしてくれませんよね^^:

あと、フォロワー数の多い人は、めっちゃ高いです、依頼料。

(でもその効果は絶大！！)

ということで、最初のうちは、

「フォロワー数1万ぐらいのインスタグラマーさんにDMで依頼してみる」
が良いかと思えます。

マッチングサイトについては、「インスタグラマー マッチングサイト」などで検索するとたくさん出てきますので、色々比較してみてください。

私が昔使っていたのは「AndBuzz」というサイトです。

<https://andbuzz.net/>

登録料無料ですので、とりあえず登録して、どんな感じかを確認してもいいかなと思います。

ちなみに、
マッチングサイトに登録しているインスタグラマー
＝案件を探している
＝まだまだフォロワー数が少ない
という人ばかりです。

フォロワー数が1000以下の人もいたりしますので、しっかりチェックするようにしてくださいね。



(8) インスタ広告

「とにかく露出しないと」ということで、広告にもチャレンジしまして、まず最初にインスタ広告（インスタ内の広告）も何度も使ってみました。

インスタのアプリから簡単にできます。

- ・広告の目的
 - ・ターゲット層（年代や性別など）
 - ・1日の金額（コスト）
- などを選択し、お支払いするだけ。

あとは勝手にインスタで運用してくれます。

本当にサクッと簡単にできてしまうので、やったことがない方は、一度チャレンジしてみてください。

私の失敗談としては、

- ・自分のショップで一番売れている商品に広告実施
- たくさんの人に見られた結果、ライバルセラーに真似されまくり、売上が下がってしまったということがありました。。

中国輸入の場合は、商品がいくらでも他セラーに真似されるので、無闇な広告はよくないのだと勉強になりました^^;

他のセラーが真似できない「OEM=オリジナル商品」などの場合には、インスタ広告も効果を発揮しやすくなります。

(9) facebook広告

facebook広告にもトライしてみました。

ただ、上記インスタ広告での失敗があったので、2回やった程度で終了し、今は実施していません。

インスタ広告同様、既存の中国輸入商品ではなく、他のセラーが真似できない「OEM=オリジナル商品」などの場合がおすすめになります。

ちなみに、facebook広告については、

「ポリシー違反」などを理由に垢BANとなってしまう場合があるので要注意です。

私の周りにも結構頻発しています！

facebookのチェックが厳しい時とそうでない時があるのか、平気な時もあるのですが、何も思い当たらないのに急に垢BANになってしまったという声もよく聞くので、やってみたい方は、リスク承知の上でお願いします。



まとめ

大変ボリュームのある内容を最後までご覧いただき、どうもありがとうございました！

- ・セールを実施する
- ・先輩セラーを真似する
- ・販路を増やす
- ・データをチェックする

他でも聞いたことのある当たり前の内容も多いですが、自分で実際に実践してきた結果、こういう「当たり前の作業をコツコツ積み上げていくこと」が何より重要なことなんだと実感しています。

わからないところなどがありましたら、公式LINEより何でもご質問ください。

少しでもお役に立てれば幸いです。

公式LINEでは、中国輸入を中心に、その他の物販についても発信しています。

今後どうぞよろしく願いいたします。

けいこ