

仕入れ基準セミナー



Copyright (C) 20150611 FLYING EGG.INC All Rights Reserved.

STEP①-1 仕入れ値



価格比較 (*Amazon vs* 仕入れ商品)

粗利益率は、売値に対して30%以上



<例>

仕入れ商品 (電子レンジ) 7,000円 <仕入れ値>

AmazonFBA 10,000円 <売値>

利益額は、 $10,000円 - 7,000円 = 3,000円$

利益率は、売値に対して $3,000円 \div 10,000円 = 30\%$

厳密に言えば、この**3,000円**・**30%**というのは

粗利益・**粗利率**と呼ばれるものになります。

粗利とは、経費など諸経費を引く前の利益を指します。

STEP①-2 経費と本当の利益

経費

例) 大物家電・電子レンジ

Amazon販売手数料8% <800円>

Amazon出荷/発送/保管手数料4% <400円>

仕入れ時の送料 <0円>

FBAの納品送料 <500円> 1個口発送の場合

箱代 <0円>

ラベル代 <43円> Amazon貼付手数料

経費合計が、1,743円となります。

粗利益の3,000円 - 1,743円 = 1,257円

本当の利益は、1,257円となります。

30%利益確保する場合、Amazon手数料20%
と仮定し半値50%を仕入れ目安にすれば分か
りやすい。

Amazon販売手数料

商品のカテゴリー	販売手数料率
書籍、雑誌、その他出版物	15%
CD&レコード・ビデオ・DVD TVゲーム・PCソフト	15%
カメラ	10%
パソコン・周辺機器	8%
ホーム(家具・インテリア・ キッチン)	15%
大型家電	8%
おもちゃ&ホビー	15%



STEP①-3 赤字・薄利になる要因

《マーケットプレイスの状況変化》

- 出品者が増えて値崩れした
- 安売りするセラーが出て価格が下がった
- Amazonが在庫復活して
最安値が一気に下がった



《人為的ミス》

- ツール分析を間違えて高値で仕入れてしまった
- 商品を間違えて仕入れてしまった。
※JANコードがない商品、フィギアなど要注意
- 商品登録時や分析ツールでの販売価格の入力ミス
- 料金改定ツール（プライスター等）の設定ミス

STEP①-4 ツールの活用・注意点

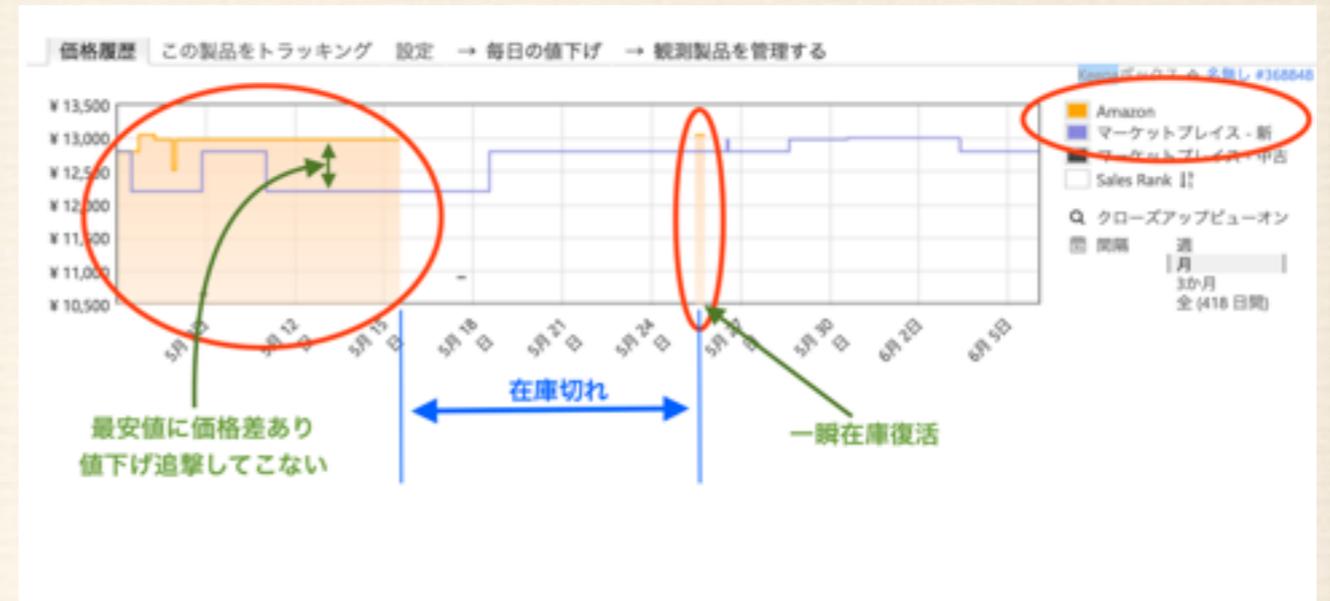
※Amazon在庫復活予想

GoogleChromeの拡張機能にある

「Keepa - Price Tracker」を使えば

Amazonの在庫復活のタイミング予測や
最安値の価格競争でどこまで下げてくるか

この重要ポイントの2つが予測できます。



※赤字防止・利益確保設定

ツール毎に設定は違いますが、自動で赤字まで下げ続けることを予防する設定があります。プライスターとせどりキングは、仕入れ値を入れておけば、赤字になる価格改定は防止できます。GAGAは、下落率で防止してくれます。

- ・プライスターでは、**赤字ストッパー設定**
- ・せどりキングでは、**最安値下限を下回ったら改定しない設定**
- ・GAGAでは、**大幅下落の場合の改定保留機能**

STEP②-1 モノレートチャート分析

価格のチャート

「理想とされる基準」

ほぼ真っ直ぐで、価格が一定に推移

出品者の増減に関係なく

コンスタントに売られている商品



「危険なチャートのパターン」

乱高下を繰り返している。

急に値が跳ね上がっている。

俺様価格の値付けで、実際は売れていない。

その価格帯で本当に2・3回

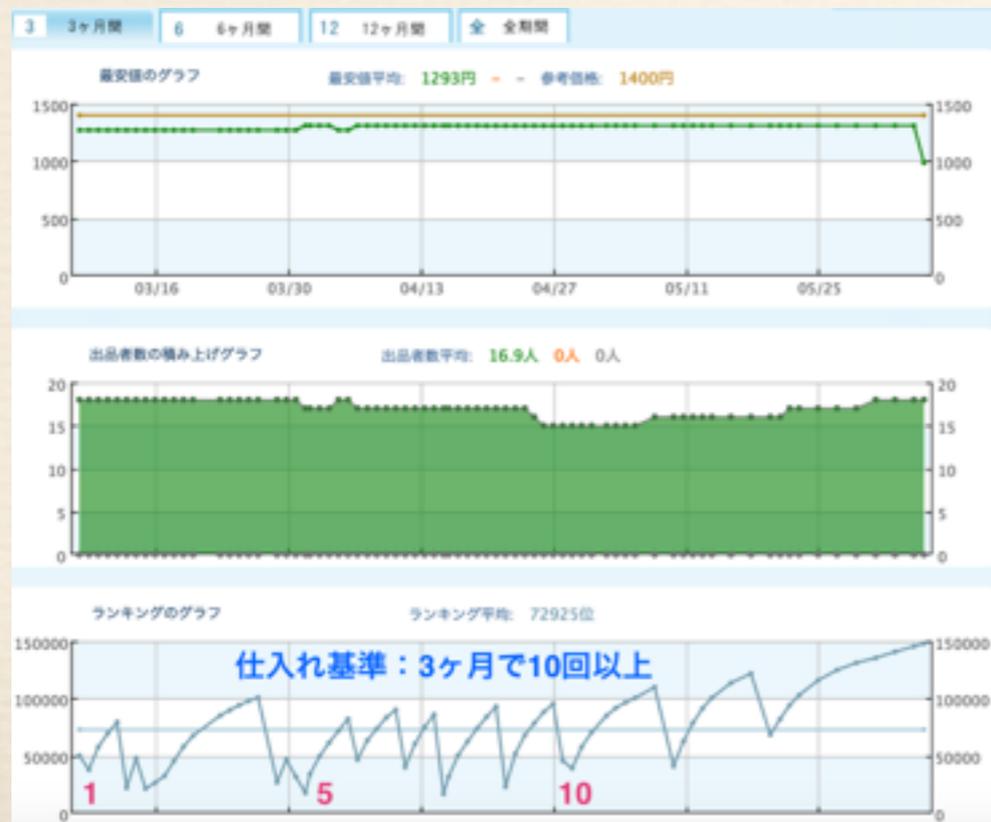
新品が売れているのか？

キチンとチェックすることが重要。

STEP②-2 モノレートチャート分析

出品者数のチャート ※例外フィルター

- 1) 20人～30人のFBAがいても
ランキングが100位以内ならOKとする。
- 2) FBAが10人程度いるが、
値下げをしているのが2人だけなら無視。
- 3) 出品者数が、激減して価格が急騰（プレミア化）
Amazon在庫が復活する可能性をチェックする。
- 4) 新品と中古の価格差が大きい場合には、
波打ちが多くてもほとんど中古しか
売れていないときもあるので注意



ランキングチャート

「仕入れ基準」

3ヶ月で10回以上、波打ちしている

例)

3人が最安値を取っているケースの場合

1ヶ月で3回波打つので、売れるチャンスは3分の1
そう考えると、1ヶ月～1.5ヶ月で売れる計算です。

STEP③-1 裏技とその他の基準

裏技)

価格改定のループを1時間に1回まわす

プライスターは、カート価格に合わせるがBEST
せどりきんぐも、カートに合わせるがBEST (個別設定から可能)
パソコンを24時間付けっぱなしができる場合には
常に価格改定ループを回しておくとう良し。

その他の基準(1)

1回の購入では、1商品に総資金の5%まで

例)

資金が100万円ある場合には、5%で50,000円です。

1種類のおもちゃを購入する場合、1,000円の商品なら50個が上限

また、もっと分かりやすい基準としては、

1ヶ月の波打ち回数を購入数の限度数にすることです。

STEP③-2 裏技とその他の基準

その他の基準(2)

最低でも週に1回は、送料が高くついても発送する

- ・商品価格は、上がる確率よりも下がる確率の方が高いので
- ・節約や効率化をしているつもりが相対的に見て
- ・店頭に並ぶのが遅くなることで機会損失になっている

その他の基準(3)

よしぎゅーオリジナル基準

- ・1つの商品ジャッジを10秒以内にする。仕入れ基準の商品だった場合には30秒追加。
- ・在庫なし、取寄せは初めから無視。たればの話しをしても時間の無駄なのでしない。
(高確率で取り寄せ可能なサイトは勿論例外です。)
- ・リサーチを始めたら、全くアタリが無くても最後のページまで、全頭検索をやりきる。
- ・电脑の場合、1500円以下の商品は、無視する。送料、利益率を考えると电脑仕入れで1500円以下商品が仕入れ対象になることは殆どないので無視します。

※卸などでLot買いなどであればOKです。

STEP④ Q&A

Q.1 仕入基準にかなった優良な商品を見つけたら、出来ることならリピートして売っていったり、複数買いをしたいところですが。電腦仕入の際、ショップによっては購入時、例えば1回に1つにしないとショップ側からキャンセルされてしまうような場合もあります。そこで思ったのですが、購入回数についてはルールを設けていらっしゃるでしょうか？

A.1 電腦仕入れは、ショップによって購入基準がバラバラなので、店舗ごとに検証してみる以外ありません。代表的な厳しいショップは、以下のネットショップになります。

・ASUS ・バッファロー ・ひかりTV ・ヨドバシ ・イートレンド

1個買いでも、何回か継続して購入するとNG、FBAの出品者の氏名・住所一致でNGなどあります。

Q.2 プライスターはFBA最安値にしていますがカート価格にするメリット、デメリットを教えてください。

A.2 最安値よりもカートに合わせる方が、カートを取りやすいことが分かっています。そのためツールでもカートに合わせる機能がついた訳です。またAmazonポイントを付けた場合の方が更にカート取得率が上がることも分かっています。これにはショップの客満足指数スコアとアカウント健全性が良い状態であることが前提です。

Q.3 リサーチ外注化をしている場合はその経費等も含めて考えるべきでしょうか。

A.3 経費は、リサーチ外注など1個あたりの単価がハッキリしていて分かりやすいものは初めから経費として計上した方が良いでしょう。発送費用など、同梱発送などで1個あたり単価の計算が大変な場合は、1ヶ月分まとめて送料経費として計上するのが普通です。購入時に、納品書・請求書に書かれている送料などは忘れずに商品ごとの経費として計上しておくのが忘れなくて良いと思います。

まとめ

今回のように、仕入れの基準をある程度は示すことは可能ですが あくまでも、目安だということを理解して下さい。

また、決められた数値だけでなく価格と出品者数の 需給バランスをみて最終的には、判断することが重要です。

仕入れ基準は、人それぞれ 目的・スタイルによって変わります。

大事なことは、自分の基準を作り上げていくことです。

そして、自分の基準で判断できるようになるのが初級者のゴールです。

中級、上級では

自分で作り上げた基準を外注や従業員に再現させること。

簡単に誰でもできることでなければいけないのです。

再現性を高め続けるということでは、

正解もゴールもありませんので 日々、試行錯誤しましょう。