〒108-0014
東京都港区芝五丁目 29-11 G-BASE 田町
株式会社 BANDAI SPIRITS
代表取締役社長　**宇田川 南欧 様**

親 展

2022 年 2 月 14 日

アヴァンサイト株式会社
代表取締役 池田 貴彦
ikeda@avansight.com
https://avansight.com

クレーム 転売屋から顧客を守る 適正な販売方法のご提案

高知市の池田と申します。御社商品 **50 年来の熱烈愛好家**（得意顧客/マニアック・コレクター）です。

ここ数年、御社ウェブ窓口から幾度となくクレームとご提案を申し入れましたが、何の対策も講じていただけません。上場企業である御社の、**顧客無視の姿勢と無策ぶりにあきれるばかり**です。

そんな折、先日**怒り心頭に達した**ため、似た境遇の同志たちの想いも届けるべく、クレームとご提案を文書に整理して直接郵送した次第です。**拝金主義者達の食い物**にされているホビー業界の現状を直視し、**本来あるべき姿に軌道修正する業界リーダーの役割**を、御社には是非担っていただきたく存じます。

■ 衰退に向かうホビー文化

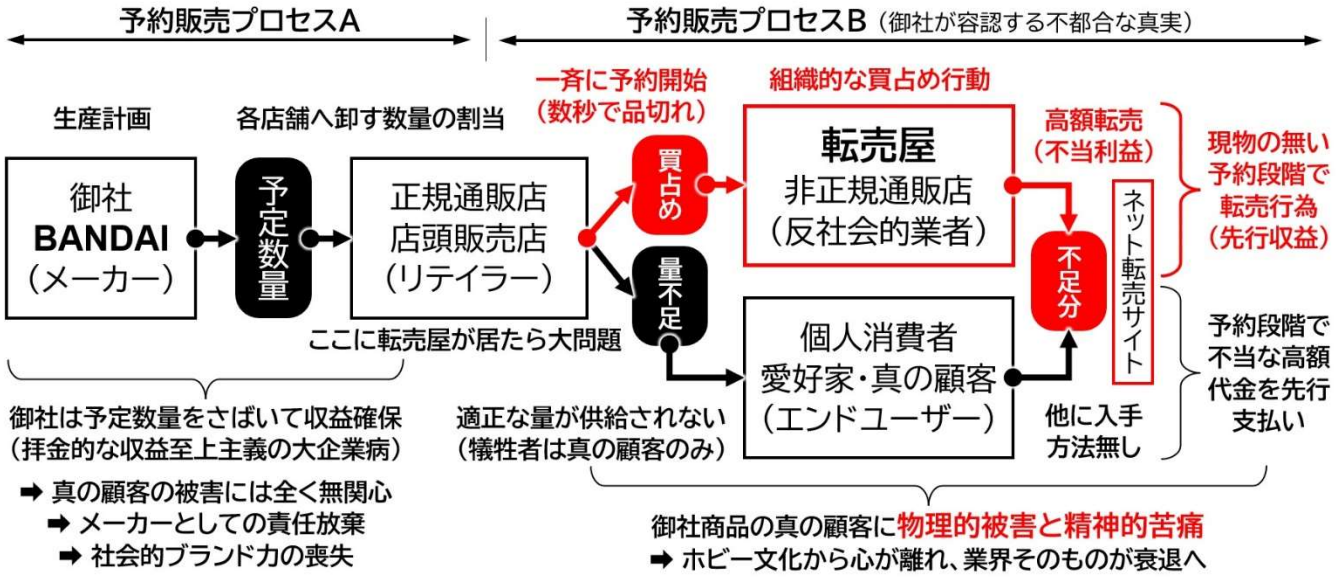
【具体例】 先日の怒り心頭に達した出来事

- ２月８日 16 時きっかりに「METAL BUILD Hi-ν ガンダム」の予約に臨むも**数秒で品切れ**
- 数十分後、Amazon で約 30 軒のショップが**定価の 1.5～2 倍（5～7 万円）で転売予約開始**

これは商品形態が完成品フィギュアでもプラモデルでも、ガンダム／仮面ライダー／ウルトラマンなど特定の人気キャラクター商品に関し、数年前から常態化しているホビー業界の一大社会問題です。

【問題点】 ホビー業界が直面している危機 （御社が容認する不都合な真実）

- コレクター間の売買が発売済み商品の現物取引なのに対し、**転売屋は未発売（予約）商品の先物取引**
- 従って、転売屋は商品の現物が手元に無いまま（仕入れ値ゼロ）、**Amazon で先払いの収入を得る**
- つまり、転売屋の高額販売は公益性と公平性を欠いた、**株のインサイダー取引**のようなあくどい商売



- 反社会的であくどい転売屋の手法は、**反社会勢力の闇金・チケット転売・麻薬販売など違法商売と同質**
- 転売屋（Amazon ショップ等）が御社の直接的な取引先なら、**御社は反社と取引しているのと同じ**
- 転売屋が御社の直接取引先でないなら、**御社は転売屋が反社会勢力ではないという確証**があるのか
- 御社は予約販売プロセスBを「コントロールできない領域」と諦め、**メーカーとしての責任を放棄**
- コンサートチケットなどは、**イベント主催者が転売行為に厳正な対処を実施している**のに御社は無策

> 私は坂道グループのコンサートや握手会イベントに参加しますが、主催者はチケット転売などの不正を防ぎ、イベント当日も過剰な席取りの防止など色々と工夫を凝らしており、真の顧客であるファン達に真摯に向き合って、公明正大なエンターテインメントの提供と発展に向け、弛まぬ努力を図っています。

- メーカーである御社の本業は、素晴らしい商品をエンドユーザーである顧客にまでしっかり届けること
- 御社の本当の顧客は、転売屋でも問屋でも小売店でもなく、私らエンドユーザーであるコレクター達
- しかし、本当の顧客であるエンドユーザー達が、**最初から商品購入を諦めざるを得ないという現実**
- ホビー文化を醸成する主役は、**作り手（御社）と受け手（エンドユーザー）なのに、関係性は大きく崩壊**

■ 抜本的な解決策（ご提案）

【本質論】 御社事業の目的や取組みの本質を再確認

- **何のために**商品を企画・制作し、**誰に対して販売すること**が御社の事業目的なのかを再確認する
- 御社の顧客は、反社会的業者の転売屋なのか？小売店なのか？**商品を愛するエンドユーザー**なのか？
- 御社の商品は、**欲しいと望むエンドユーザー全員に届けられて本来の価値が発揮される**と自覚すべき
- **転売屋の餌食**となっている商品は、子供向けの格安 TOY ではなく、上級コレクター向けの高額商品
- それらは、たまごっちのように一般人に向けた**一過性ブームの間に供給して荒稼ぎする商品ではない**
- だから、数十年前に TV 放送が終了し**現役時代のブームが終わっているキャラクター商品でも大人気**
- つまり、コレクター向け商品は早く提供するよりコンプリートできるよう確実に提供することが重要

【技術論】予約販売プロセス A にて、プロセス B の転売行為を撲滅

- 御社が無策を決めたプロセス B での転売屋発生原因は、**顧客の実情に全く合致していないプロセス A**
- 従って、転売問題の抜本的な解決策は、**適正な理念と仕組みの予約販売プロセス A を構築**すること

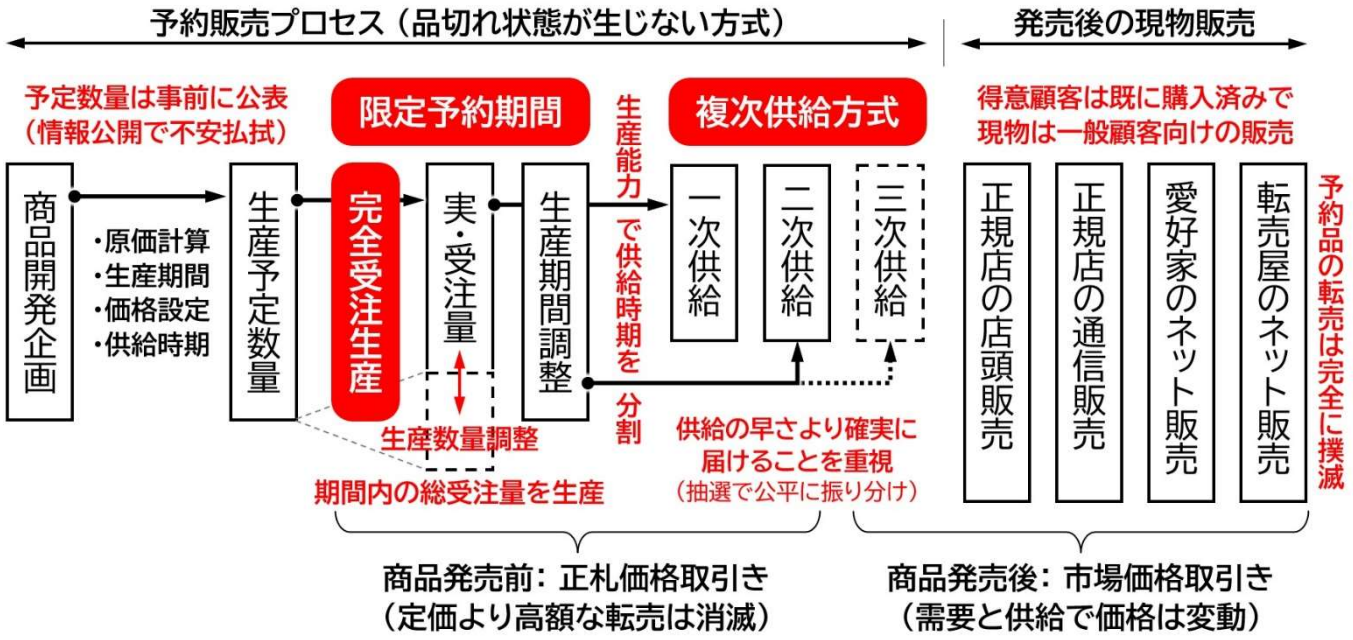
- 非正規の転売屋が御社正規販売店から人気商品を買い占める理由は、**品切れ状態をつくり出すため**
- 品切れ状態とは、エンドユーザーが**商品を定価(以下)で購入できる正規販売店が存在していない**こと
- つまり、御社の直営店や正規販売店で、**品切れ状態が生じない予約販売方式**を採用すれば解決

- 品切れの要因は、**①需要と供給の不均衡、②早い者勝ちの予約方式、③数量限定による品切れの恐怖**
- ワクチン接種で電話が通じなかったり予約枠がすぐ埋まったり、マスクが買占められた状況に酷似
- **これら3要因を解消する予約販売方式を確立**すれば品切れが生じず、転売屋は商売にならず自然消滅
- これに近い方式は御社直営プレミアムバンダイで実施されており、その品質を高めて水平展開する
- ただし、**プレミアムバンダイの現行方式には数々問題点**があり、それらも含め新しい方式を確立する

品切れ状態が生じない予約販売方式

- ①需要と供給の不均衡 ➡ **完全受注生産** を旗印にし、**受注した量は必ず生産することを保証**
- ②早い者勝ちの予約方式 ➡ **限定予約期間** を旗印にし、**期間内なら確実に予約可能だと保証**
- ③数量限定による品切れの恐怖 ➡ **複次供給方式** を旗印にし、**総受注量の確実な供給を保証**

つまり、1週間以上の限定予約期間に直営店及び正規販売店を通して顧客から一括受注し(予約受付は一度)、総受注量を生産して、生産能力に合わせ複次に分割して供給する方式



- 品質管理に定評ある御社の懸案事項は、生産量に伴う**原価計算、生産期間、価格設定、供給時期**など
- 過去の実績に基づく生産予定数量から諸条件を設定し、**期間内の予約受注量に応じて総生産量を確定**
- 転売屋の餌食にならず、エンドユーザーへ確実に提供するため、**受注期間内での総受注量を生産する**

- それにより、10 秒で品切れになる悪夢を払拭し、**顧客は時間をかけてじっくりと商品選択が可能**
- 総生産量と生産能力にズレが生じた場合、**供給時期を何次かに分割することで生産期間を調整する**
- プレミアムバンダイでは何次まで予約受注するか確約も公表も無く、品切れの恐怖は解消されない
- 高額商品の得意顧客は社会的地位もあり忙しく、規則性の無い複次の予約受注を追いかけられない
- プレミアムバンダイの問題点は受注を複次に分けていることで、**受注は一括、供給を複次に分ける**

- 高額商品の需要を支えている上級コレクター達が確実に入手できるため、**転売屋の商機は自然消滅**
- 転売屋問題の本質は、**未発売(現物不在)の段階で予約品(コストゼロ)を高額転売(発売前に代金回収)**することであり、正規販売店・個人エンドユーザー・転売屋を問わず、発売後（現物有り）に商品を取引する際、需要と供給によって取引価格が上下変動するのは市場原理（しかし、この方式の導入によって、たぶん９割方の需要は既に満たされており、市場価格の異常な高騰は自然と抑制できる）

この予約販売方式の効果は、顧客の便益向上だけにとどまらない

【戦略論】御社ブランドイメージの回復 （ホビー業界のリーダーとして牽引）

- 数年前から拝金主義の転売屋が予約商品を買占めし、御社商品の愛好家である上級コレクター達が数十年来購入し続けてきた御社商品を、正規ルートと正規価格では買えなくなってきています。既に転売屋以外ではまず購入できない市場状況に陥っており、一部社会問題化してきたにもかかわらず、メーカーである御社がいつまでたっても何の対策も講じないため、御社の真の顧客達の不満は御社そのものに向けられています。**御社は転売屋を容認する(＝肩を持つ＝同類)企業**なのだと。

- 御社が世界一の商品品質を誇っていることは、50 年来の熱烈愛好家である私（以外でもほとんどのマニアック・コレクター達）は存じ上げております。しかし、その素晴らしい商品が顧客に届かない現状を容認し続ける姿に、**上場企業である御社のブランドイメージは既に大きく失墜**しています。

- しかし、あなたを含めた御社の経営陣や幹部たちだけでなく、全ての社員も御社ブランドイメージの失墜に気付いていません。なぜなら、顧客が「プロセス B」で転売屋の悪質な被害に遭っていても、御社は「プロセス A」で予定数量を販売し、計画通りの収益を確保しているからです。**数字しか眼中にない経営側から、現場の真の姿は見えません。**顧客を蔑ろにした先に、事業の発展は有り得ません。

- ホビー誌の記者が転売を肯定して処罰された件も記憶に新しいですが、**転売屋を生み出した張本人の御社が何のメッセージも発さず、何の対策も講じないのは言語道断、**信頼失墜に拍車をかけています。

- 予約販売市場、商品流通市場を令和の時代に合致した姿にアップデートし、信頼が失墜してしまったホビー業界全体の衰退を食い止め、**社会への公益性と顧客への公平性を守る公明正大な業界に再生**する**ホビー業界・健全化運動の旗頭(リーダー)**として、立ち上がっていただきたく存じます。

- その最初の取組みが、顧客や業界を含む社会全体に向けた**御社の決意表明（改革断行宣言）**です。適正な「情報」を発しない限り、味方（顧客や販売店）にも敵（転売屋）にも訴えかけられません。
- 例えば、下記のような宣言を行います（御社ウェブサイト、プレスリリース、関係者への告知など）。

> **不当転売撲滅！商品流通の適正化を断行します!!**
>
> **当社は、顧客尊重の理念を貫き、近年はびこっている当社予約品の不当な買占めと高額転売行為に断固反対し、転売を阻止する厳正な対策を講じ、商品流通の適正化を断行して、社会への公益性と顧客への公平性を死守し、ホビー商品を通じて夢と感動を与える当社の本分を全ういたします。**

- こう宣言することで、全てのエンドユーザー達の心をつかみ、社会やマスコミ（SNS 含む）からも「遂に王者バンダイが本気で立ち上がった」と拍手喝采を受け、転売屋たちには恐怖を与え、ずっとマイナスに向かっていた**御社のブランドイメージを一気にプラス側へと方向転換**できます。
- 御社は、自社ウェブサイトやマスコミ（SNS 含む）を利用し、予約開始前に商品告知してさんざん顧客を煽っておきながら、いざ予約が解禁されると転売屋に買い占められ、真っ当なエンドユーザーは大多数が予約できないという状況を容認しています。それは、期待を高く持ち上げた分だけ大きく失望させるという激しく高低差のある“期待の裏切り”の繰り返しです。そこから脱却してください。
- 転売屋問題に関しては、正規販売店も買占め予約集中による負荷や品不足への問合せで困っており、メーカーである御社が本気で対策に乗り出せば歓迎は必至で、必ず心強い味方になってくれます。
- 御社が高らかに決意表明することは、**乱世において「錦の御旗」を掲げる**に等しく、潜在していた同志たちも覚醒して一気に顕在化し、御社のリーダーシップの下で力強く結束してくれるはずです。
- 次に打ち出す具体的な施策が、**技術論で紹介した“品切れ状態が生じない予約販売方式”**です。ただし、そんな名称ではカッコ悪いので、旗頭にできる名称を考えます。例えば、下記のような感じです。

> **BANDAI-COPS: Customer Oriented Pre-order System**

ＣＯＰは警察官のことであり、転売など不当な行為を取り締まる活動を暗示します。正式な意味は、**本当の顧客であるエンドユーザーの便益を最重要視した予約受注制度**ということです。

- 施策の本丸は予約受注制度の改革運動ですが、**COPS の名を利用して市場パトロールも実行**します。まず、現物がまだ発売されていない予約段階において、定価以上の価格で受注されていないか確認します。その主戦場は **Amazon など公開されたネット通販プラットフォーム**ですので、改革断行宣言に続いて当該プラットフォームへは御社の取組みを事前に説明し、理解と協力を依頼しておきます。
- 通販プラットフォームが自らパトロールや対処をしてくれたら御の字ですが、大人の事情から困難が予想されるので、次のような施策を実施します。

1. 新制度が適用する商品の予約解禁時には、当該プラットフォーム上で BANDAI 直販受注を行う
2. 第一の目的は定価の公表で、転売業者が不当な高値を付けている事実を顧客に認知させること
3. 第二の目的は BANDAI-COPS（品切れしない受注方式）の告知で、転売の商機自体を消滅する

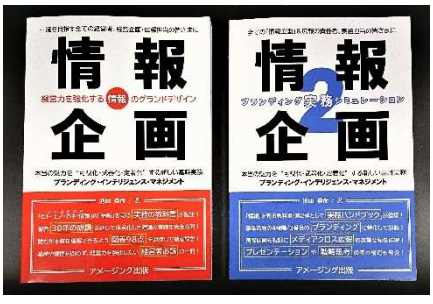
- 当該プラットフォーム上で、御社の正規販売店が受注活動を行っている場合、BANDAI 直販受注の代替機能を果たしてくれるので（御社が直接コントロール可能）、御社が乗り出す必要はありません。
- パトロール活動を行う限りは、何らかの情報公開が必要ですので、御社ウェブサイト（BANDAI-COPS 専用ページ）上で、予約品を高額転売している業者名と使用プラットフォームを公表します。
- 人気予約商品の即時品切れと高額転売は、何も御社商品だけに限ったことではありません。つまり、御社の取組みが功を奏した暁には、それが業界全体にも水平展開され、新しいスタンダードと化し、御社は改革の旗手として業界のリーダーたる地位を確立（回復？）することができます。
- この手法が定着すると、それに見合った受注管理プログラム（またはアプリ）を開発し、予約受注を行う業界全体に提供することも可能です。いずれにしろ、誰もが認めるリーダー（開拓者、先導役）としての役割をしっかり果たすことが、御社ブランドイメージの回復・向上・定着に寄与します。

■ 補足事項（ご参考まで）

【自己紹介】 1/43 精密モデルカー 世界屈指のコレクター

私は、御社商品 50 年来の熱烈愛好家であると同時に、**1/43 精密モデルカー（ロードカー2ドア・クーペ）の世界屈指のコレクター（自称世界一）**です。私が四半世紀かけて収集したコレクションは、**「世界モデルカー博物館」（高知県香南市）に3800台（保有量の約半分）が展示**されています。従って、心躍る素晴らしい商品を収集するコレクターとして、私はプロ中のプロです。怪しい者ではございません。私はモデルカー博物館同様、**御社商品も含んだロボットやフィギュアなど立体造形物の博物館を新設するという夢**も抱いています。近い将来、それらが**美術的な鑑賞対象となる時代が必ず到来**するからです。**真剣に考えている私からのご提案ですので、真摯に耳を傾けていただきたいと存じます。**

【参考文献】 私からのご提案は「情報企画」が論拠



今回のご提案の中で、数字にとらわれて経営側から現場が見えない、商材を顧客に届けてこその事業、得意顧客の育成がブランドイメージを定着、理念を情報化した決意表明で社員や社会を巻き込む大きな運動を起こす、リーダーとして業界に新風を吹き込むことで自社の存在価値を高め地位を向上させる、などは、**書籍『情報企画』の中で解説** されています。その書籍を紹介する文書も同封いたしますので、論拠となっている書籍『情報企画』も是非ご覧ください。

御社が、顧客の不満と窮状をご理解できないというのなら、著しく転売被害を被っている当事者（得意顧客）の私や他の上級コレクター達の声に、積極的に耳を傾けてください。

宜しくお願い申し上げます。

AVANSIGHT