完全攻略ガイド

出張買取 完全攻略ガイド

未経験から月1,000,000円の営業利益を出すまでの全工程

公式LINE 登録特典　出張買取 完全攻略ガイド＋7大特典

このガイドは、買取マクサスの公式LINEに登録してくださった方への特典です。書いているのは、株式会社マクサス代表の関憲人です。読み終わるころに、出張買取という仕事の全体像と、月1,000,000円の営業利益がどういう動きの積み重ねでできているかが分かるように書きました。

第1章 はじめに

僕の自己紹介

僕は1990年生まれで、高校を中退しています。2007年に、中古品の売り買いを個人事業として始めました。これが僕とリユース（中古品を再び使う・売ること）の出会いです。

2009年にニュージーランドへ渡り、帰国後は不動産仲介の営業をしていました。入社1年目で全国100人中2位の成績を出せたことが、営業という仕事に自信を持てたきっかけです。

2012年10月、22歳で株式会社SJCコーポレーション（いまの株式会社マクサス）を設立しました。2017年11月に古物商許可（中古品を売買するために公安委員会から受ける許可）を取り、2022年からフランチャイズ（以下FC。本部の看板と仕組みを使って独立開業する形）の展開を始めています。

店舗の数は、2022年ごろは直営1店舗とFC10店舗でした。2025年10月にFC55店舗を超え、2026年10月19日時点の公式サイトの店舗一覧には、直営を含めて87拠点が載っています（いずれも自社発表）。

2025年12月には、堀江貴文さんが「買取マクサス ホリエモン六本木店」をFC63店舗目として開いてくださいました。堀江さんにとって初めてのFC加盟で、顧問にも就いていただいています（自社発表）。

このガイドで渡すもの

- 出張買取の1日が、時刻つきでどう流れるか（第2章）
- なぜ店舗を持たずにできるのか（第3章）
- 1件の買取でお金がどう動くか（第4章）
- 研修7日間の中身と、1日目に僕が何を教えているか（第5章）

- 月の営業利益がどの動きから作られ、「平均」と「1位」の差がどこで生まれるか（第6章）
- 未経験の人がつまずく場所と、本部が何をするか（第7章）

このガイドで渡さないもの

「誰でも」「必ず」という約束は書きません。出てくる数字はすべて、いつの・何の数字かを添えた自社発表の数字で、あなたの地域や動き方でそのまま再現できるとは限りません。

研修の教材そのものや、地域ごとの問い合わせ数のような個別の数字も、ここには載せていません。それは個別面談で、あなたの条件を聞いたうえでお話しします。

> **このガイドの役目は、あなたが「やる」「やらない」を自分で判断できる材料をそろえることです。**

第2章 出張買取とはどんな仕事か

一言でいうと

お客様の家や会社に伺って、不要になった品物を査定し、その場で買い取って持ち帰り、売って利益を出す仕事です。査定とは、品物にいくらの値段を付けるかを決めることです。出張料と査定料は無料にしています。

僕らの主力は家具や家電で、引っ越し・遺品整理・オフィス移転のときの「まるごと買取」に対応します。買取の品目は40ジャンルを超えています。

ここからは、YouTubeで公開した密着動画の中から、実際の1日を時刻つきで組み直します。登場するのは直営店のスタッフ2人と、FCオーナー2人です。

直営スタッフの1日（2023年4月公開・品川店・入社1年1か月の宮林）

動画のタイトルには「25歳で年収600万超え」とあります。これは直営スタッフとしての給与の話で、FCオーナーの数字ではありません。ここで見てほしいのは金額ではなく、1日の動き方です。

時刻	動き
10:00	出社。お客様が現金払いを希望しているので、現金を準備する
出発前	自分で仕入れた品物を古物市場（業者だけが参加できる中古品のオークション会場）に預けに寄る。ネットオークションで売りにくい商材を回す先
11:00ごろ	お客様に電話で「12時前には到着できます」と連絡

時刻	動き
12:00〜14:00	1件目。問い合わせはサーフボード1点。電話の段階で「引っ越し直後で他にも物がありそう」と読み、テレビなど合わせて11点を買取。査定に約2時間
午後	帰社して入庫作業。買い取った11点に1点ずつQRコードの商品番号を貼り、いくらで買ったか・どう売るかを登録する。金庫から出した現金を記帳
午後	不在着信の折り返しと、問い合わせへの電話。何件かけたかを手元のカウンターで数える
16:30ごろ	2件目へ出発。問い合わせは「ソファを引き取ってほしい、できれば売りたい」
18:30	帰社。2件目は約10点を買取。ブランド品や時計が含まれていたので、業者に卸すかネットオークションに出すかを品物ごとに考える
19:00	業務終了。案件化数・査定数・成約数・粗利・買取点数を日報にまとめる

1件目の中身は第4章でくわしく見ます。

開業1週間のFCオーナーの1日（2023年7月公開・大阪福島の小菅オーナー）

僕が1日ついて指導した回です。自宅の一室が在庫のスペースと撮影スペースで、車はレンタカーを使っています。

時刻	動き
8:00	起床。寝ている間に売れた品物を確認し、空いた時間に梱包と発送の準備
9:10	僕が到着。問い合わせへの返信から業務開始
午前	引っ越しのお客様に電話し、テレビ・冷蔵庫・洗濯機の見積もりで15時以降の訪問を約束
11:00	レンタカーを借りに出る
午後	ワーキングスペースの改装案件でソファを回収。買い取った品物を新大阪の道具市場（週1回開かれる業者向けの市場）に置きに行く
15:00以降	引っ越しのお客様を訪問。単身の引っ越しで、冷蔵庫と洗濯機を階段で運び出す
夜	帰宅して、できた品物の出品と、外出中に来た問い合わせへの返信

この月の成約は約10件でした。本人いわく「物の量が少ない」状態で、この日に僕が指摘した中身は第5章で書きます。

6月に開業したFCオーナーの1日（2023年4月公開・福岡糸島の岡本オーナー）

動画のタイトルは「月収150万円」ですが、動画の中で本人が語った数字は別です。出張買取での毎月の利益は「最低でも500,000円くらい、良いときで1,000,000円くらい」、毎月のコストは「400,000円くらい」と話しています。これは2023年4月公開の動画での本人の発言で、本部が集計した数字ではありません。

時刻	動き
朝一	ネットオークションの入札状況と質問を確認。前日に入った査定依頼に確認の電話
10:00過ぎ	1件目。家を売却するお客様の家財を、提携する片付け業者が9時から搬出中。自分はオーディオとカメラだけ引き取る
午前	荷物を仮置きの倉庫に下ろしてから、次の訪問へ。お客様不在で、鍵を預かって中の物を引き取る処分系の案件
昼	引き上げた本を古本屋に売りに行く
午後	遺品整理の見積もり。片付け業者と現地で合流し、全撤去の見積もりを取る（業者の見積もりは120,000円）
夕方	自社の拠点でネットオークションに出品し、古いテレビや配線、エアコンの金属を買ってくれる貿易会社へ持ち込む量を確認
18:30	息子2人を保育園に迎えに行く。妻が帰るまで夕食の支度
夜	部屋にこもってアポ取りと出品。週に2回ほどは18時か19時からの訪問も入る

岡本オーナーは、片付けと搬出を提携業者2社に任せ、販売の一部をパートさんに任せて、自分は査定に集中しています。日曜日は休みです。

法人の定期案件と、研修を受け持つ日（2024年2月公開・品川店・中村）

中村は直営の現場に出ながら、FCのコンサルタントとして5店舗を担当しています。動画のタイトルは「29歳先月給料100万超え」ですが、これもスタッフの給与の話で、FCオーナーの数字ではありません。

時刻	動き
午前	折りたたみコンテナをレンタルして、「11時から12時の間に到着」と事前に伝えた法人へ
11:00〜13:00	4年来の取引先で、毎月定期的に出る在庫の整理。段ボールを1箱ずつ開けて、売れる物と処分する物を分ける。13時に処分業者が来るまでに終わらせる
13:00過ぎ	同じ先方と商談。「2月までに毎月1,900品を出品してほしい」という依頼を受ける
17:00過ぎ	神谷町で運搬の案件。絵画をお渡しするだけの仕事
夜	帰社。翌日から新しいオーナーの研修を担当するので、その準備

FCのコンサルタントが自分で現場に出ているのは、2年も現場を離れると仕組みが変わっていて、オーナーさんの相談に答えられなくなるからです。これは中村自身が動画で話していることです。

4つの1日に共通すること

電話で問い合わせに答え、訪問して査定し、持ち帰って登録し、売り先を決めて出品する。この4つの動きが毎日くり返されます。

訪問は1件あたり30分から2時間で、1日に2件から4件です。空いた時間はすべて電話と出品に使います。

第3章 なぜ無店舗でできるのか

お客様が店に来るのではなく、僕らが行く

店頭買取は、お客様が手で持てる物、車に積める物しか扱えません。出張買取は僕らがお客様の家に行くので、家具や家電、まるごとの家財整理に対応できます。

小菅オーナーは、前職で店舗型の買取店に勤めていました。店舗だと「これは買ってはいけない」という線引きが多く、お客様の困りごとを解決しきれないのが嫌だったと、2023年7月の動画で話しています。

店の代わりになる3つのもの

1つ目は、自宅の一室です。 公式サイトの店舗一覧を見ると、FC加盟店の住所には「○○マンション」「○○アパート101号室」が多く載っています。小菅オーナーも自宅の一室を在庫と撮影のスペースにし、車はレンタカーで、大型品は週1回の市場に直接持ち込むので在庫がたまらないと話していました。

先輩のオーナーからは「最初から倉庫を持つより、自宅の一室から始めた方が、効率化や大型品のさばき方が上手になる」と聞いたそうです。

2つ目は、売り先です。 僕らは、売れる見込みが立つ物しか買いません。専門性の低い品はネットオークションに出し、骨董・美術・ブランド品は提携する業者に売ります。

業者間のネットワークは1,000社と公表しています。買い取った物は週1回の古物市場、古本屋、金属を買う貿易会社など、いちばん高く売れる先に持っていけます。店に並べて売る必要がないので、売り場が要りません。

3つ目は、本部のシステムです。 「マクサスコア」は、約100,000,000円をかけて自社で作った業務システムで、加盟店に無料で提供しています（月額300,000円相当・自社発表）。

このシステムで、問い合わせの電話、査定、買取、集荷、入金までを1つの画面で管理します。宮林が1件目の帰りに貼っていたQRコードもその一部で、品物に貼ると、いくらで買ったか、どう売るかが販売担当に伝わります。

出張しなくても買える仕組み

「SEL-LIVE」は、ビデオ通話で査定をするシステムです。電子契約と集荷依頼を組み合わせると、オーナーが出張しなくても買取を成立させられます。

ただし、オンラインだけで運営するのは実際には不可能です。「出張してほしい」「その場で引き取ってほしい」というお客様を断るのは大きな機会損失なので、自動車はあった方がよいと、公式FCページのよくある質問にも書いています。

集客は本部が引き受ける

問い合わせは、本部が運用するWeb集客（自社サイトの検索対策、比較サイト、リスティング広告、地図検索の対策）から入ります。チラシには頼りません。

本部の商圏の外から来た問い合わせは、近くのFC店に送客します。宮林の1件目は一括見積もりサイト経由、中村の法人は電話での問い合わせがきっかけでした。

> **無店舗でできる理由は、「売り場」の代わりに「売り先」と「システム」を本部が持っているからです。**

第4章 お金の流れ：1件の出張買取で利益がどう出るか

基本の形は「仕入れて、売る」

出張買取では、お客様に払う買取金額が「仕入れ」です。それを売った金額が「売上」で、売上から仕入れを引いたものが「粗利（あらり）」です。

粗利から、広告費・ロイヤリティ・人件費・家賃などの経費を引いた残りが「営業利益」です。ロイヤリティとは、FC本部に毎月払う使用料のことです。

公式の収支モデル（開業半年後・販売人員1名・目標値）

公式FCページに載せている、開業から半年後の目標の収支です。実績ではなく目標値で、販売担当を1名置いた体制の数字です（自社発表・税別）。

項目	月額
売上高	2,285,714円
仕入れ	685,714円
粗利	1,600,000円

項目	月額
広告費	100,000円
ロイヤリティ（コンサル費を含む）	200,000円
人件費	70,000円
家賃	80,000円
備品・雑費	50,000円
営業利益	1,100,000円

このモデルでは、仕入れは売上の30％です。言い換えると、10,000円で買い取った物を、平均して約33,000円で売る計算になっています。

1件の実例①：サーフボード1点の問い合わせが11点に（2023年4月・宮林）

問い合わせはサーフボードを売りたいという1点でした。宮林は電話で「引っ越し直後なら他にも物があるはずだ」と読み、テレビを本命と考えて訪問しています。

結果は、テレビを含む11点を買取金額104,000円で成立させました。本人の見込みでは、売ったあとの利益は50,000円から80,000円です。

目玉は定価180,000円ほどのほぼ未使用の品で、伸びれば100,000円ほどで売れる見込みでした。1点の問い合わせを11点にしたことが、この利益の正体です。

1件の実例②：ロードバイク2台で90,000円（2023年5月・入社1か月半の森川）

問い合わせはロードバイク2台で、買取金額は90,000円でした。僕が動画の中で計算したところ、うまくいけば50,000円から60,000円の利益が出る案件です。

森川は追加でロレックスの時計を出してもらえましたが、お客様は売るかどうかを決めていませんでした。同じ日の3件目は古い食洗機で、追加のゲームを含めても買取金額は3,000円で、利益はほとんど出ていません。

1件の中で、利益はどこで決まるのか

3つの実例から分かることを並べます。

1つ目は、問い合わせの品物だけでは利益が薄いことです。出張には車両費と人件費がかかるので、追加の品物を出してもらわないと、お客様にも金額を還元できません。これは森川が「難しい」と感じた点そのものです。

2つ目は、競争の少ない物の方が利益を出しやすいことです。岡本オーナーは「Apple製品を競合と取り合って10,000円の利益を取るより、普通の人がゴミだと思っている物で10,000円の利益を出す方がずっと簡単だ」と話しています。

3つ目は、売り先を品物ごとに変えることです。宮林は2件目のブランド品について「業者に卸すかネットオークションに出すか、物を見て決める」と言っていました。小菅オーナーがマクサスを選んだ理由も「出口が自由で、一番高いところに出せるから」です。

営業の中身（2025年8月・横浜支店・入社7か月の伊藤）

出張買取は「言われた物を運ぶだけ」ではありません。横浜支店の伊藤が食器棚の問い合わせで訪問した回を、支店長の菅野が外から見守っていた動画があります。

菅野が解説したのが「フック商材」です。たとえば貴金属を出してほしいときは、まず化粧箱にまとまっているイミテーション（模造品）のアクセサリーを見せてもらいます。本物のジュエリーはたいてい同じ場所にしまってあり、お客様自身が忘れていることも多いからです。

この日の食器棚は大型で売れないと判断し、イミテーションのアクセサリーとタブレットを買い取りました。アクセサリーはキロ単位でネットオークションに出します。

菅野のまとめは「訪問から運び出しまで1時間以内が目安で、粘るべきお客様と早く切り上げるお客様を見分けること」でした。10個の武器を全部試すのではなく、お客様の求めていることを聞いてから1つを選ぶのがプロだという話です。

> **利益は、査定のうまさより先に、「問い合わせの1点を何点にできたか」で決まります。**

第5章 研修7日間の全体像と、1日目の中身

7日間の流れ（公式FCページより）

研修の方針は「聞く・学ぶより、やる」です。最重要の教育項目は「商品利益の最大化」と「追加商品提案」の2つに置いています。

日	テーマ	中身
前日	研修準備	事前学習と登録
1日目	全体説明	事業全体の概要、商品知識など
2日目	顧客対応	アポ獲得のコツ、電話応対など

日	テーマ	中身
3日目	内勤買取体験	宅配買取、ビデオチャット査定、マクサスコアの使い方など
4日目	お休み	
5日目	出張買取体験	KPI共有、出張買取の同行体験
6日目	出張買取実践	訪問から買取成立、搬出までの流れなど
7日目	総括研修	検品・出品・梱包・撮影を実践

研修費は600,000円（税別）で、研修は7日間です。

1日目「全体説明」で、僕が一番時間をかけて話すこと

1日目は事業全体の概要です。ここで僕が伝えるのは商品知識より先に、「この事業はどこで稼ぐのか」という骨組みです。研修どおりにできていなかった小菅オーナーの現場で僕が実際に話した中身と、入社1か月半の森川に教えた中身を、そのまま書きます。

▶ 入口商品と追加商品は、性質が違う

お客様が問い合わせてきた品物を「入口商品」と呼びます。入口商品は、お客様が「これを処分したい」という困りごとを、自分から動いて解決しようとしている物です。

一方で「追加商品」は、お客様が売ろうと思っていなかった物です。だから、売ろうと思っていない物を売ってもらうための会話を、きちんと設計しないと出てきません。

▶ 追加商品を出してもらう3つの条件

1つ目は、お客様にメリットを理解してもらうことです。「まとめて査定できますよ」だけでは、お客様にとっての得が伝わっていません。

2つ目は、信頼してもらうことです。3つ目は、「せっかく伺うので、たくさん買い取らせてください」と、こちらから押すことです。この3つがそろわないと、追加商品は出てきません。

小菅オーナーの電話を横で聞いていて、僕はこう言いました。追加商品が取れないと稼げないと研修でずっと話しているのに、一番重要なことをやっていない。下手かどうかではなく、「やらない」ことが問題だ、と。

▶ 電話の段階で「引き」と「押し」を使い分ける

森川のテレアポ（電話で訪問の約束を取ること）を聞いて教えたのが、この順番です。最初の会話では、お客様にまだ警戒心があるので、「他にも売りたい物があれば一緒に見ますよ」と引きで広げておきます。

訪問の約束が取れたら、お客様はある程度温まっています。そこで初めて、具体的なブランド名を挙げたり「こういう物も買えます」と押しでメリットを伝えます。

森川は、この順番が逆になっていました。約束が取れそうになると安心して、話が雑になるのです。約束を取るのはゴールではなく、スタートラインです。

▶ ヒアリングの目的は、訪問するかどうかを判断すること

お客様からいろいろ聞くのは、値段を言うためではありません。「この案件は伺うべきか、伺わないべきか」を判断するためです。

そのために必ず聞くのが「いつ、いくらで買ったか」です。1年前に100,000円で買った物と、10年前に10,000円で買った物では、まったく違います。これを聞かずに先に値段の話をするのは、研修で教えたことと全部逆です。

▶ 電話は「かけたつもり」になりやすい

森川は「1日100件近くかけて、アポは2〜3件」と言っていました。僕は「100件かけてアポが2〜3件なら、本当は100件かけていない」と伝えました。

電話がつながる割合は10%くらいです。実際に2時間数えてもらうと、かけたのは40件、つながったのは10件、アポは2件でした。かけた数を正の字で数えるだけで、この感覚のずれは直ります。

▶ 1日目に伝える、1日の目安

入社1か月半の森川の目安は、毎日3〜4件の訪問、月に40〜60件の訪問で、何もない日は電話でした。3か月目に粗利500,000円を作ることを目標にしていました。これは直営スタッフの目標で、FCオーナーの数字ではありません。

> **1日目に覚えてほしいことは1つだけで、「アポが取れた瞬間が、仕事の始まり」です。**

2日目以降は、1行ずつ

- **2日目 顧客対応**：1日目の考え方を、実際の電話の言い回しと順番に落とします。
- **3日目 内勤買取体験**：宅配買取とビデオチャット査定を体験し、マクサスコアで案件と在庫を登録します。
- **4日目**：休みです。
- **5日目 出張買取体験**：KPI（案件化数・査定数・成約数・粗利・買取点数など、毎日追う数字）を共有し、現場に同行します。
- **6日目 出張買取実践**：訪問から買取成立、搬出までを自分でやります。
- **7日目 総括研修**：持ち帰った品物の検品・出品・梱包・撮影を実践します。

くわしい研修プログラムは公式ページには載せておらず、問い合わせいただいた方に説明しています。

第6章 月次営業利益の数字がどう作られるか

公表している数字

FC加盟店の月次の営業利益は、YouTubeでほぼ毎月公開しています。公式FCページに載せている数字は次のとおりです（いずれも自社発表）。

月	1位	平均
2024年11月	2,200,000円	975,000円
2025年1月	2,000,000円	790,000円
2025年2月	2,120,000円	920,000円
2025年3月	2,800,000円（2位2,750,000円、3位1,910,000円）	1,040,000円

2024年度のFC全店平均営業利益は9,980,000円／年でした（自社発表）。12で割ると月に約830,000円で、上の表の平均と近い水準です。

月1,000,000円を、第2章から第4章の動きに分解する

第4章の収支モデルでは、月の粗利1,600,000円から経費500,000円を引いて、営業利益1,100,000円でした。つまり月1,000,000円の営業利益を出すには、月に1,500,000円から1,600,000円の粗利が要ります。

粗利は「訪問件数 × 成約率 × 1件あたりの粗利」で決まります。公式ページにも「問い合わせ数が爆増しなくても、成約率、買取点数、1点あたりの粗利が上がると大きな利益につながる」と書いています。

たとえば月に50件訪問して粗利1,600,000円なら、1件あたり32,000円の粗利です。これは実績ではなく割り算の例です。宮林の1件目（利益50,000円から80,000円の見込み）と、森川の3件目（買取3,000円）のあいだの、どこに自分の平均を置けるかという話になります。

「平均」と「1位」の差が生まれる場所

2025年3月は、1位が2,800,000円で平均が1,040,000円でした。約2.7倍の差です。密着動画を見返すと、この差は問い合わせの数ではなく、4つの場所で生まれています。

1つ目は、追加商品です。 小菅オーナーは開業月に約10件成約していましたが、「物の量が少ない」状態でした。訪問件数が同じでも、1件を1点で終えるか11点にするかで、粗利は何倍も変わります。

2つ目は、成約率です。 森川の2件目は、お客様が現金払いを求めて後日回答になりました。他社と相見積もりになった案件は、金額だけの勝負になりやすいです。

3つ目は、売り先です。 同じ品物でも、ネットオークション、古物市場、提携業者、貿易会社のどこに出すかで売値が変わります。小菅オーナーが「出口が自由だから一番高く買える」と言ったのは、この部分です。

4つ目は、自分の時間の使い方です。 岡本オーナーは片付けを提携業者に、販売をパートさんに任せて、査定に集中しています。公式ページの「FC成長5ステップ」でも、2段階目に「販売・出品のアルバイト雇用」を置いていて、オーナーは仕入れである出張買取に時間を使う形にしています。

利益が出ない月の形

逆に、利益が出ない月はこうなります。電話を40件しかかけていないのに100件かけたつもりでいる。アポが取れたら安心して、追加を聞かない。

知らない商品が出てきて弱腰になり、買わずに帰る。どれも第5章で書いたとおり、研修で教えた内容が現場で抜けている状態です。数字が伸びないときは、問い合わせの数より先に、この3つを疑います。

> **「1位」と「平均」の差は、才能ではなく、1件の中でやることをやったかどうかの積み重ねです。**

第7章 未経験者がつまずく場所と、本部の支援

加盟者の9割以上が業界未経験

加盟者の90%以上が買取業界の未経験者です（自社発表）。前職はホスト、寿司職人、漁師、お坊さん、パチプロ、Amazon配達員などさまざまです。

だから、つまずく場所もだいたい決まっています。密着動画に出てきたものを順に並べます。

つまずき①：見たことのない商品に弱腰になる

小菅オーナーの課題は、「扱ったことのない商品への抵抗感」でした。家具を買い取ったあとにどこへ出せばいいか分からないので、買値がふわふわして、お客様に強く提案できないのです。

本部の支援：査定支援。 迷ったらLINEで本部に送ってもらえば、リアルタイムで査定を手伝います。本部の買取データベースを根拠に妥当な金額を出すので、高く買って赤字になる、安く買ってクレームになる、の両方を防げます。

本部が買い取ることも可能で、先払いもできます。

つまずき②：アポが取れると安心して、追加を聞かない

森川も小菅オーナーも、ここでつまずいていました。アポが取れた瞬間に話が雑になり、一番大事な追加商品の話をしないまま訪問してしまうのです。

本部の支援：月2回の面談と、電話。 専属のコンサルタントが、マーケティングレポートと経営レポートを毎月提出し、月2回のオンラインミーティングで一緒に振り返ります。通常の経営コンサルティングは月1回が多いので、半分の間隔で問題を拾えます。

未経験の方向けの「がっつりサポートプラン」（月額100,000円・税別）には電話サポートが付きます。小菅オーナーのときは、電話でのやりとりだけでは厳しいと判断して、僕が大阪まで行きました。

つまずき③：お客様の期待値が相場より高い

森川が一番難しいと言ったのがこれです。お客様は自分で高く買った物なので、相場より高い金額を期待しています。横浜の伊藤も、大型家具で同じ壁に当たっていました。

本部の支援：研修と、現場に出ているコンサルタント。 コンサルタントの中村と菅野は、どちらも査定経験者です。中村は自分で直営の現場に出ながら5店舗を担当していて、「現場を知らないとサポートできない」と話しています。

つまずき④：開業直後は、仕組み作りに時間を取られる

岡本オーナーは、開業前後は「片付け業者を探す」「安いレンタカーを探す」というインフラ整備に時間を取られたと話しています。小菅オーナーは、先輩のオーナーたちから「3か月くらいである程度慣れてくる」と聞いていると話していました。

本部の支援：販売先の紹介と送客。 より高く売れる販売先を紹介し、本部の商圏外の問い合わせは近くの加盟店に送客します。初期費用の中には、Googleビジネスプロフィールや公式LINEなどの初期設定（ポータルサイト構築費200,000円・税別）も含まれています。

つまずき⑤：粘りすぎる、または早く諦めすぎる

横浜の伊藤は、売る気のないお客様に粘りすぎました。逆に小菅オーナーは、利益が出なさそうな案件を避けていました。

菅野の答えは「お客様が動く理由がないなら早く切り上げて、その時間を別のお客様に使う」でした。小菅オーナーへの僕の答えは「利益が出なさそうな物でも一度買ってみないと、値付けの感覚はつかめない」でした。どちらも、経験で埋まる部分です。

資金の話

開業費用は合計3,000,000円（税別）で、内訳は加盟金1,500,000円、研修費600,000円、システム構築費500,000円、LP制作費200,000円、ポータルサイト構築費200,000円です。毎月はロイヤリティ100,000円に、コンサルプラン50,000円か100,000円が加わります。

自己資金500,000円でも融資で開業できた例が多いと公表しています。提携する融資コンサルタントが事業計画書の作成や銀行とのやりとりを代行しますが、利用には別途手数料がかかります。

自己資金が30,000,000円以上ある人には、僕は別の動画で「自分で体を入れずに、すでにお客様がいる店を買う方がいい」と話しています。このガイドを読んでいるあなたは、おそらく自分の体と時間を入れて事業を作る側だと思います。場所が要らない出張買取は、営業力がそのまま結果になる仕事です。

本部が求める人物像

公式ページに書いているとおり、「泥臭い仕事ができる」「営業力がある」「気合と根性がある」人を求めています。品物の清掃、撮影、出品、梱包という地味な作業があり、真夏に玄関の外で査定をする場面もあります。

森川は「地道な作業が多く、泥臭い仕事なので、コツコツやれる人に向いている」と言いました。中村は「自分で自分を燃やせる人」と言っています。

> **未経験であることは、つまずく場所が分かっているという意味では、むしろ対処しやすい条件です。**

第8章 次の一歩

個別面談で聞けること

このガイドに書けなかったのは、あなたの条件に合わせた話です。個別面談では、次のことをお答えします。

- あなたが住んでいる地域で、本部からの送客や問い合わせがどのくらい見込めるか
- 自宅の一室で始められるか、車はどうするか
- 自己資金がいくらで、融資を使う場合はどう進むか
- 研修の日程と、契約から開業までの流れ（最短2週間で開業できます）
- ゆったりサポートとがっつりサポートの、どちらが合うか
- 月次の実績報告の動画を、どう読めばいいか

持ってきてもらえると話が早いもの

- 住んでいる地域と、使えるスペース（自宅の一室か、別に借りるか）
- 車の有無
- 用意できる自己資金の額
- 開業したい時期
- 前職と、営業の経験の有無
- 1週間のうち、この仕事に使える時間

面談の前に見ておくとよいもの

YouTube「せきえもんの買取大学」で、FC加盟店の月次実績報告をほぼ毎月公開しています。このガイドで引用した密着動画も、同じチャンネルにあります。

最後に

僕は、出張買取が誰にでも向いている仕事だとは思っていません。電話を数え、追加を聞き、重い物を運び、地味な出品を続けられる人に向いています。

その代わり、やることをやった人の数字は、毎月YouTubeで公開しているとおりです。判断はあなたに渡します。話を聞いてみたいと思ったら、下のリンクから面談を申し込んでください。

個別質問相談会はこちら
↓↓↓
https://sl.lmes.jp/l/HedrQQfo73

この続きは、個別質問相談会で。

あなたの地域・資金・経験を伺ったうえで、同じ数字を「あなたの場合」に置き換えてお話しします。

個別質問相談会はこちら
↓↓↓
https://sl.lmes.jp/l/HedrQQfo73