特典③

1回の出張で利益を伸ばす「追加商品の掘り出し」トーク台本

出張買取の利益は、問い合わせの品ではなく、その場で出てくる「追加の品」で決まります。この台本は、僕と本部のコンサルタントが現場の同行動画で実際に話してきた言葉を元にまとめました。

公式LINE 登録特典　出張買取 完全攻略ガイド＋7大特典

1. なぜ「追加商品」で利益が決まるのか

問い合わせの品だけでは、赤字になる日がある

出張買取は、お客さんの家まで車で行きます。ガソリン代、駐車場代、そして自分の時間がかかります。問い合わせの品が古い家電1点なら、値段がつかないこともあります。

入社1か月半の社員が、食洗機1点の問い合わせで千葉の船橋まで1時間かけて行きました。食洗機は古くて値段がつかず、追加で出てきたゲームの段ボール3箱と合わせて、買取金額は合計3,000円でした（2023年5月の密着動画・本人の報告）。これが「入口商品（最初に問い合わせてきた品）」だけの現実です。

本部が「最重要」と言い切っている

マクサスの公式FCページには、研修の方針として「『商品利益の最大化』と『追加商品提案』を最重要教育項目といたします」と書いてあります。

同じページの「店長に向いている人材」の欄には、「問い合わせは来るけど、訪問した先で顧客と関係値を作って追加商品の掘り出しを行えないと利益が出ません」とも書きました。

> **追加商品の提案が下手かどうかはどうでもよくて、やらないことが一番の問題です。（2023年7月・大阪のオーナーへの指導動画で僕が話した言葉）**

入口商品と追加商品は、性質が違う

入口商品は、お客さんが「困っているから手放したい」と自分から動いた品です。追加商品は、お客さんが売ろうと思っていなかった品です。だから「他にありませんか」と聞くだけでは出てこず、会話を設計する必要があります。

僕は研修で、掘り出しに必要な3つを教えています。①お客さんにメリットを理解してもらう、②査定員として信頼してもらう、③最後に「せっかく伺ったので、たくさん買い取らせてください」と一押しする、の3つです。これがそろって初めて、追加商品は出てきます。

お客さんにとっても得になる理由

追加提案は、こちらの都合だけで言うものではありません。お客さんにも、3つの得があります。

1つ目は、入口の品が高く売れることです。出張の経費は1回分しかかからないので、点数が増えるほど1点あたりの経費が下がり、その分を買取金額に回せます。

2つ目は、忘れていた品がお金になることです。「イミテーション」として出された箱の中に、本物のダイヤモンドが混ざっていたことがあります（2025年8月・横浜支店の同行動画でコンサルタントの菅野が話した例）。

3つ目は、邪魔になっていた物が片付くことです。菅野は同じ動画で「不要になって邪魔になっているところで利益を出した方が、満足度も上がる」と話しています。

2. 1回の出張の流れと、追加提案を入れる5つの場面

流れを先に頭に入れる

追加提案は、家に着く前の電話から始まっています。電話で何も言わずに行くと、現場でいきなり切り出すことになり、お客さんが身構えます。

場面	やること	追加提案の入れ方
0. 電話（アポ取り）	日時を決める。いつ・いくらで買ったかを聞く	アポが決まった直後に、メリットを添えて一押し
1. 到着〜玄関	1時間前に連絡。名刺と買取一覧表を渡す	売る背景を聞く。まだ掘らない
2. 査定中	品を見ながら会話する	相場の説明で信頼を作り、入口のついでに「フック商材」へ
3. 金額提示	合計か内訳かを相手に合わせて出す	出す前に「ちなみに」でもう一度。渋られたら「あと1点か2点」
4. 契約	契約と支払い	家族の品を聞く。今日まとめると得な理由を言う
5. 退出前	運び出し。お礼	後から出てきた品の連絡先を渡す

時間の目安

現場は30分以内に引き上げるのがセオリーです。見積もりから運び出しまで全部で1時間、点数が多いお客さんで1時間半くらいです（2025年8月・横浜支店の同行動画で菅野が説明）。長く粘るほど良いわけではありません。

3. 台本：場面ごとのセリフ

「言う言葉」「お客さんの返しの例」「その次の一言」の3点セットで書きます。言葉は、同行動画で実際に使われた言い回しを土台にしています。

場面0：電話でアポが決まった直後

言う言葉

「では◯日の◯時ごろにお伺いします。最後に1つだけ。僕らは家具や家電だけでなく、ブランド品、時計、カメラ、お酒まで幅広く扱っています。買取の点数が1点でも2点でも増えると、今回お問い合わせいただいた◯◯も、その分高く買い取ることができます。査定は無料で、キャンセルになっても費用はかかりません。ご不要なものがあれば、まとめて見せていただけませんか」

お客さんの返しの例

「うーん、特に思いつかないですね」

その次の一言

「ちなみに、使っていない家電や、引き出しに眠っているアクセサリーなど、具体的に思い当たるものはありますか」

ここで「分かりました」と電話を切ってはいけません。「ちなみに」と一歩だけ掘り下げると、電話の段階で品が出てくることがあります（2022年2月・アポ取りの解説動画）。

押さえどころ

電話には「引き」と「押し」があります。最初は相手が警戒しているので、「他にもあれば一緒に見ますので」と軽く広げるだけにします。アポが決まったら相手が温まっているので、メリットを伝えて押します（2023年5月・新入社員のテレアポ指導で僕が説明）。

アポはゴールではなく、スタートラインです。

場面1：到着〜玄関

言う言葉

「買取マクサスの◯◯です。本日はよろしくお願いします。査定の間、お時間つぶしにこちらをご覧ください。こんなものも買い取っています」（買取一覧表を渡す）

お客さんの返しの例

「へえ、こんなものまで買うんですね」

その次の一言

「今回はお引っ越しですか、それともお片付けですか」

売る背景を知ると、次に出てくる品の見当がつきます（2022年5月・買取で独立6年目の社長との対談動画）。

押さえどころ

玄関では、まだ掘りません。お客さんは「まず頼んだ物を見てほしい」と思っています。先に査定を始め、話しながら信頼を作ってから掘るのが順番です（2025年5月・福島のFC加盟店への同行で菅野が指導）。

ただし、後で使う「伏線」は玄関で置けます。「貿易先によっては傷のある家具も受け入れてくれますが、まとまった数がないと引き取りにくいんです」と先に話しておくと、後で追加をお願いしたときに話が自然につながります（2026年10月・名古屋のオーナーの密着動画）。

場面2：査定中

言う言葉

「ご自身で買われた金額からすると、低く感じると思います。中古の相場は、型番と状態と付属品で決まっていて、◯◯は今このくらいで取引されています」

お客さんの返しの例

「そんなに安いの。高かったのに」

その次の一言

「そうですよね。だからこそ、他の品も一緒に見せていただければ、まとめて金額を作れます。たとえば、化粧箱に入っているアクセサリー類は、ノーブランドでもまとめて買い取れます。その箱の中に昔の指輪やネックレスが混ざっていることも多いので、一度見せていただけませんか」

押さえどころ

先に相場を説明して期待値を合わせてから金額を出す方が、ショックが小さく、査定員としての信頼が残ります（2025年8月・横浜支店の伊藤の説明）。信頼が残らないと、追加提案を聞いてもらえません。

ここで出した「イミテーションのアクセサリー」が、フック商材です。フック商材とは、本当に欲しい品の手前にある、出してもらいやすい品のことです。イミテーションの場所と忘れているジュエリーの場所はだいたい同じなので、そこを見に行ってもらうと思い出してもらえます（2025年8月・菅野の解説）。

査定中にこちらから話すのは、査定の話だけにします。査定の話で信頼ができると、趣味や家族の話はお客さんの方からしてくれます（2025年5月・菅野の指導）。

場面3：金額提示

言う言葉

「金額をお出しする前に、ちなみに、先ほどの買取一覧の中で何か気になるものはありましたか」

お客さんの返しの例

「いや、特にないです」

その次の一言

「分かりました。では金額です。〇〇が〇円、〇〇が〇円、合計で〇円になります」

渋られたときの一言

「もし他に1点か2点、まとめていただけるようでしたら、こちらも頑張れます。使っていないものはありませんか」

押さえどころ

金額の出し方は、相手に合わせます。結論を急ぐ人には合計から、じっくり聞きたい人には内訳から話します（2022年5月の対談動画）。

利益は1点ごとではなく、案件全体で見ます。お客さんが大事にしている品は高く買い、手間のかかる品は控えめにして、1点ずつ正直に伝えた上で合計で納得してもらいます。

入口の品に値段がつかないときは、はっきり言います。横浜支店の伊藤が現場でした提案はこうです（2025年8月）。

「この食器棚は、正直に言うと買取が難しいです。費用はかかりますが引き取りはできます。代わりに他の品で買取がつけば、その分と相殺して、ご負担を減らせます」

場面4：契約

言う言葉

「ありがとうございます。契約の間に1つだけ。ご家族の方で、使っていないものをお持ちの方はいらっしゃいませんか」

お客さんの返しの例

「妻に聞いてみないと分からないな」

その次の一言

「ぜひ聞いてみてください。今日お伺いしているので、今日出していただければまとめて査定できます。別の日になると出張がもう1回分必要になるので、今日の方が高くできます」

押さえどころ

名古屋のオーナーは、奥様が部屋に上がってきたタイミングで声をかけられなかったことを反省点に挙げています（2026年10月）。家族が顔を出した瞬間は、追加商品が出る数少ない機会です。

場面5：退出前

言う言葉

「本日はありがとうございました。今日見せていただいた以外にも、後から出てきたものがあれば、写真を送ってください。すぐにお見積もりします」

お客さんの返しの例

「そういえば、母がジュエリーが好きで、まだ持っているんですよ」

その次の一言

「それはぜひ、お母様に一度聞いてみてください。売る気がなければ無理にとは言いません。見るだけでも無料ですので」

押さえどころ

横浜支店の同行では、「お母様がジュエリーショップをやっていた」という話を最後の最後に聞けました。伊藤はそこまでたどり着けなかったことを失敗点に挙げています（2025年8月）。

4. 掘り出しやすい商品の例

マクサスの主力は家具と家電の出張買取です。ブランド品が出なくても、生活の中にある物で利益は作れます。

福岡のオーナーは密着動画で、「Apple製品を競合と取り合って10,000円の利益を取るより、普通の方がゴミと思っているもので10,000円の利益を出す方がやりやすい」という趣旨を話しています（2023年4月）。

ジャンル	同行動画に実際に出てきた品
家具	食器棚、タンス、ソファー、ベッド、事務所のキャビネット、オフィスチェア、ストレスレスチェア
家電	テレビ、冷蔵庫、洗濯機、食洗機、エアコン、マッサージ機、脱毛機、電子ピアノ
デジタル	iPad、iPhone、デジカメ、ゲーム機とソフト
装飾品	イミテーションのアクセサリー、グランドセイコー、ロレックス、ヴィトン、絵画
趣味の品	サーフボード、ロードバイク、トレッドミル、本、アニメグッズ

入口が1点でも、行ってみると増えることがよくあります。品川店の宮林は、サーフボード1点の問い合わせに対して、電話の段階で「引っ越したばかりなら他にもあるはず」と考えて掘り、テレビや小物を含めて11点、買取金額104,000円で成約しました（2023年4月・本人の報告）。

5. やってはいけない追加提案

最初から掘る

お客さんの頭には「まず頼んだ物を見てほしい」しかありません。菅野は携帯ショップで、機種を決める前に周辺機器や保証をすすめられ、面倒になって帰った経験を話しています。タイミングさえ合っていれば買っていたと言います（2025年5月の指導動画）。

武器を全部並べる

横浜支店の同行で菅野が伊藤に伝えたのは、「10個ある武器を10個全部使って、どれか刺さればいいという営業になっている」という点でした。本来は、お客さんのニーズをつかんでから、それに合う武器を1つ使います（2025年8月）。

売る気のない人に無理に出させる

売る気のないお客さんに、こちらが欲しい品を出してもらっても買えません。その時間は、お客さんが「邪魔だ」と思っている品に使った方が、お客さんも喜びます（2025年8月・菅野の説明）。

急に話を変える

雑談の後にいきなり「他にありませんか」と切り出すと、「この人はお金目当てで探しているのか」と不信感を持たれます。場面1で置いた伏線を使い、話の流れのまま追加に入ります（2026年10月・名古屋のオーナーの反省）。

理由を言わずに繰り返す

「他にないですか」を理由なしに繰り返すと、ただ鬱陶しいだけです。なぜそれが必要なのか、なぜ今出すとお客さんに得なのかを、毎回添えます（2025年5月・菅野の指導）。

粘りすぎる

お客さんに断る理由がはっきりある現場で粘ると、お客さんの負担になり、こちらの時間も失います（2025年8月・菅野の指導）。

利益のために、お客さんを不快にする

品川店の宮林は「自分が利益を抜けたなと思える案件は、だいたいお客さんが喜んでくれている。逆にお客さんを不快にさせるパターンだと、利益は出ない」と話しています（2023年4月）。追加提案は、お客さんの得と自分の利益が重なる所でだけ使います。

6. 練習の仕方と、次の一歩

数える

電話とアポごとに「追加提案を言えたか」を正の字で数えます。うまいかどうかは後回しで、やったかどうかだけを数えます。

次に、日報の「買取点数」を見ます。品川店では1日の終わりに、案件化数・査定数・成約数・粗利・買取点数を報告しています（2023年4月）。1案件あたりの点数が増えていれば、掘り出しは育っています。

見てもらう

自分の営業を人に見てもらうのが、いちばん早い練習です。福島の加盟店のオーナーは、菅野が同行してお客さんの前で実際に話して見せたあと、「真似してみようと思いました」と話しています（2025年5月）。

研修では5日目に出張買取の同行、6日目に訪問から搬出までの実践があります（公式FCページの研修プログラム）。開業後の販促セットには「追加商品提案資料」が入っています。

次の一歩

この台本は、読むだけでは身につきません。「自分にできるか知りたい」「現場を一度見てみたい」と思ったら、個別面談でお話しします。あなたの前職や性格に合わせて、どの場面から練習すればよいかを一緒に決めます。

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