

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

| プラチナサポート情報共有メール |      |     |          |      |    |
|-----------------|------|-----|----------|------|----|
| No.             | 151  | 配信日 | 2022/6/7 | ジャンル | 接客 |
| テーマ             | 動的待機 |     |          |      |    |

本日は、「動的待機」に対するポイントを解説してきたいと思います。

10 の行動指針の中でも「動的待機」は重要であると伝えています。

お客様のご来店をお待ちしている時は、「動的待機」を心がけてください。

改めて

なぜ、動的待機が必要になってくるのか？

動的待機のメリットはあるの？

お客様は「不安」で来店されます。

- ・どんな人が働いているのだろうか。
- ・査定で出したら、無理やり買取られるのではないだろうか。
- ・人が見えないので入りづらい。

など、上記のような不安をお客様は持っています。

バックヤードにこもっているだけでは、お客様が目の前に来ているのに気づかず、不安にさせて帰らせてしまっている可能性がございます。

実際に「最初は他店に行ったけど、お店を覗いたらスタッフがなくて、ちょっと怖かったので、他店をやめて、おたからやに来ました」という話を聞くこともあります。

来店されるお客様を一人も帰さないためにも、作業は接客ブースでおこなう。空いている時間は店頭でティッシュ配りをする事で集客に繋がってきます。

お客様は目の前まで来ています！常に見られていることを忘れずに行動しましょう！！

本日は以上となります。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

| プラチナサポート情報共有メール |     |     |           |      |      |
|-----------------|-----|-----|-----------|------|------|
| No.             | 152 | 配信日 | 2022/6/11 | ジャンル | 商品知識 |
| テーマ             | 基準外 |     |           |      |      |

本日は「基準外」についてお話をさせていただきます。

まず基準外について・・・各買取業者の基準を設けています。基準にあてはまるものは「基準内」となり、あてはまらないものが「基準外」となります。

買取業者によって基準は異なります。

A社で「基準外」であってもB社では「基準内」になるということもあります。

「基準外＝偽物」という訳ではありません。

例えば買取業者によっては「シールのないシャネルバッグは基準外」など、仮に本物であっても基準外扱いになることもあります。

なお真贋を判断するうえで、重要なポイントのひとつに「情報収集」がございます。

古物営業法には「不正品等発見時の警察への通知義務」がございます。

「古物営業法の関係で・・・」でのくだりを使って、いつどこで購入したかなど聞き出して、情報に矛盾がないか確認してください。

その他にも、「査定を急がせる」「閉店間際に来店する」「県外（遠方）からの来店」

「(他店より低い金額にも関わらず) ○○万円なら売る」などは特に気を付けてください。

ロレックス、貴金属が高騰している今は、基準外の持ち込みが増えています。

「真贋を取っていないけど大丈夫だろう」「保証書があるから大丈夫」と思わず、

買取する前には冷静になることが大切です。

「安く買取り出来る」「お客様がいそいでいる」と慌てて買取してしまうことがあります。

基準外を買取してしまうと、大きなマイナスになってしまいます。

ライン査定で「真贋保証」がされているか、よく確認してから買取をお願いいたします。

本日は以上となります。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

| プラチナサポート情報共有メール |        |     |           |      |      |
|-----------------|--------|-----|-----------|------|------|
| No.             | 153    | 配信日 | 2022/6/14 | ジャンル | 商品知識 |
| テーマ             | JRA 製品 |     |           |      |      |

本日は「**JRA 製品**」についてお話しさせていただきます。

なお JRA と言っても競馬ではありません。

店頭では、ワニ革やオーストリッチといった革製品のバッグの持ち込みがあるかと思います。

ブランド品でない場合は、ほとんど値段がつかないことが多いですが、  
ここでポイントとなるのが「JRA 織りネーム」があるかどうかです。

まず「JRA」についてですが、

「爬虫類等皮革製品表示事業」という団体が、日本で造られたワニ、ヘビ、トカゲ、オーストリッチ等の  
皮革製品に JRA のタグ、織りネーム、しおりの三点セットを付けて販売するように進めています。

このタグが付いている物は、ワシントン条約に基づき正しく輸入された皮革を使用して、

日本で造られた日本製品であることを証明しています。

三点セット



織りネーム



タグ



しおり

一言でいうと「日本が品質保証するブランドタグ」といったところ です。

タグがなかったら、ニセモノというわけではありません。

上記の中でも左の、「織りネームが製品そのものに縫われているか」をチェックしてください。

タグやいおりは製品と一体化していないため、このネームが縫われていないと、タグやしおりがあったとしても、値段がつかない可能性が高いです。



革製品を持ち込まれる方は、かなりの金額で購入されていることが多いです。

最初から値段がつかないと期待値を下げるのではなく、まずはお客様と仲良くなって信用信頼関係をつくることを忘れずに行なってください。

本日は以上となります。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

| プラチナサポート情報共有メール |      |     |           |      |    |
|-----------------|------|-----|-----------|------|----|
| No.             | 154  | 配信日 | 2022/6/17 | ジャンル | 接客 |
| テーマ             | 言葉遣い |     |           |      |    |

本日は「言葉遣い」についてお話させていただきます。

さて、店舗でのワンシーンです…

スタッフ「ご来店ありがとうございます。

どうぞ、こちらにお座りください。

本日はどのような商品をお持ちいただきましたか？

こちらの時計 1 点でよろしかったでしょうか。

それでは査定の方をいたしますので、時計の方をお預かりいたします。

少々お待ちください」

お客様「もういいです。帰ります…」

さて、お客様はなぜ帰ってしまったのでしょうか？

本日のテーマである「言葉遣い」です。

言葉遣いは重要です。

特に私たちがターゲットとしている世代は、バイト敬語、間違った日本語、こうした言葉遣いを気にされるお客様は多いです。

特に高額のお品物を持っているお客様は、購入する際にはそれ相当の接客を受けています。  
私たちの接客は、高額品を販売するスタッフと比べられています。

言葉遣いひとつで、成立、不成立に関わってくることもございます。  
常に比較されていることを是非意識してください。

-----  
最後に答え合わせですが、

- ・誤)お座りください → 正)お掛けください(「お座り」はしつけで使うことが多い言葉です)
- ・誤)商品 → 正)お品物(「商品」とは売り物です。お客様が持ち込むものは「お品物」です)
- ・誤)よろしかったでしょうか → 正)よろしいでしょうか(過去形です。間違いやすい言葉です)
- ・誤)査定の方、時計の方 → 正)査定、時計(～の方は不要です。物をあいまいに指す言葉です)

間違っていることに気づかず、使ってしまう言葉もあるかもしれません。

正しい言葉遣いを覚えていくと、様々なシーンで役に立ちます。

覚えておいて損はないと思います。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

| プラチナサポート情報共有メール |          |     |           |      |    |
|-----------------|----------|-----|-----------|------|----|
| No.             | 155      | 配信日 | 2022/6/28 | ジャンル | 運営 |
| テーマ             | 警察対応について |     |           |      |    |

本日は「警察対応について」についてお話しさせていただきます。

警察を名乗って、店舗に訪れることがあります。  
その際の対応についてご説明させていただきます。

警察が古物台帳等の確認や店舗の調査を求める場合は、2パターン想定されます

#### ①犯罪捜査としてきた場合（泥棒を探している）

この場合、令状なしは任意捜査のため、必ずしもその場で対応する必要はありませんが、個人的には協力をした方が良くと思います。  
どのように対応するかは、店舗様で決めておいた方が良くと思います。

例)オーナーや店長に確認してから、許可が出てから対応する。

※直営店では個々の店舗で対応するのではなく、本社に「捜査関係事項照会書」という書類を郵送していただき、回答した上ではじめて警察に対応するという流れです。

#### ②古物営業法にかかわる「立ち入り」の場合

この場合、簡単にいうと行政調査です。  
「古物営業法に準じた営業をしているか？」の店舗に対しての立ち入り検査です。  
応じる必要があり、拒否すると罰則があります（営業停止など）

店舗にいきなり来る警察の大半は、犯罪捜査関係で組織犯罪課又は巡回の警ら隊の人です。  
「立ち入り」の担当は、生活安全課です（おそらく書類を持ってきます）

基本的なところですが、

必ず警察手帳を見せてもらうか、名刺をもらい本物の警察官であることを確認してください。

何かあった際にも、後から確認できるので名刺は貰っておいた方がよいです。

なお警察官に勝手に計算書を見せたり、コピーを取らせたり、貸したりしないようにしましょう。

店舗でどのように対応するかは、事前に決めておくようにしましょう。

警察手帳レポート

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

| プラチナサポート情報共有メール |         |     |           |      |    |
|-----------------|---------|-----|-----------|------|----|
| No.             | 156     | 配信日 | 2022/6/29 | ジャンル | 運営 |
| テーマ             | クーリングオフ |     |           |      |    |

お世話になっております。

本日は「**クーリングオフ**」についてお話しさせていただきます。

#### クーリングオフ予防接種について

予防接種とは・・・

クロージング後、成約を頂いたお客様に対してクーリングオフになりそうな事、不安要素を、あえてこちらから提案し、お客様自身に考えさせ、話させてクーリングオフを防ぐことです。

様々なケースでのクーリングオフのパターンがあります。情報収取の段階や金額提示時に、お客様が言うてくる逃げの言葉がクーリングオフの理由になりやすいです。

#### ① クーリングオフによる損失ってなに？

粗利の損失、対応する査定員の時間の損失、案件の数が減ることによる粗利の損失

クーリングオフに関わる全ての部署の時間、人件費の損失。

クーリングオフした人は二度とおたからやを利用することがなくなります。

#### ② クーリングオフになる理由

【査定員の不信不安から】 【他社と比較をやっぱりしたいから】

【親族・友達が返してもらえというから】 【お品物がやっぱり名残惜しくなってしまった】

細かくありますが、大まかにはこちらが多いです。

#### ③ 予防接種の実施

予防接種とは、お客様の不安要素をあえてこちらから質問して相手に考えさせて答えてもらう事です。

また、話が決まった際、再アポ、紹介アポがもらえたら予防含め固まったサインです。

YES・NO で答えてもらっても意味がないです。オープンクエスチョンをうまく使い、お客様に話させる所がポイントとなります。

～トーク例～

① **【査定員の不信不安から】**には

「本日お買取りの担当させて頂きましたけども、ご説明が不十分だったと思いますが大丈夫でしたか？」

② **【他社との比較をやっぱりしたいから】**には

「本日自信をもってこちらの金額を出させて頂きました！他社様も一度見せて下さいって言うてくるかもしれないけど大丈夫ですか？」

③ **【親族、友人が返してもらえというから】**には

「本日お買取りさせて頂きますが、ご家族の方(友人の方)に反対されたりする場合がありますが、大丈夫ですか？」

④ **【お品物がやっぱり名残惜しくなった】**には

「今回思い出のお品物をご売却頂きありがとうございます。こちら私たちに本当にお任せいただいてもよろしいですか？」

あくまで一例ですが、お客様によって不安要素は変わります。お客様に合わせた予防接種を打ち分けてクーリングオフをなくして下さい。

本日は以上となります。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

| プラチナサポート情報共有メール |         |     |          |      |    |
|-----------------|---------|-----|----------|------|----|
| No.             | 158     | 配信日 | 2022/7/5 | ジャンル | 査定 |
| テーマ             | 試金石の使い方 |     |          |      |    |

本日は「**試金石の使い方**」についてお話しさせていただきます。

直営店でも基準外の持ち込みが増えております。貴金属を買取する際には  
刻印、磁石、試金石、比重計のチェックを行えば、大半は真贋を確認できます。

また基準外の持ち込みをする人は、「基準外と知って持ってくる人」「基準外と知らずに持ってくる人」がいます。  
前者は悪意のある人です。情報収集の際には、売買の目的や入手経路など聞くことで気づけることも多いです。

さて「試金石の使い方」は基本的なところですが、改めてお話しさせていただきます。

#### ◆試金石の手入れについて

①使用したら硝酸はふき取りましょう。  
知らずに触ってしまうことがあります。使ったら拭くことを習慣づけましょう。  
硝酸が手につくと皮が黄色になって、治るまで1-2週間は残ってしまいます。

②1日の終わりには水洗い、スポンジで洗いましょう  
ショッピングセンターなどで水回りが無い店舗では、ウェットティッシュなどでも  
構いません。スポンジなどを使って汚れは落としておきましょう。  
個人的にはハンドクリームを薄く塗って手入れをしていました。

#### ◆試金石の使い方

①複数個所を削る  
特にネックレスなどは複数個所をチェックしましょう。  
ネックレスの留め具部分だけが金で、チェーンはメッキというパターンが  
あります。注意しましょう。



②削る際は、見えにくい部分を削る。

リングなら石がついている反対側。

またメッキを削ってしまうと剥げてしまうため、メッキとわかるものは削らないようにしましょう。

硝酸をつける際は、適量で大丈夫です。

刻印がないものであれば、削った部分をルーペで見て、剥けていないかチェックすることも大切です。



※ちなみに左は銅で右が K18 です。

ものすごく余談ですが、「アルミは硝酸に溶けません」

1 円玉を試金石で削って、硝酸をつけてもあとは残ります。ご参考まで

改めてですが、貴金属の持ち込みの際は、試金石のチェックを忘れずに行いましょう。

全国的に増えていますので、「安く買える」と安易に行動せずに、貴金属の持ち込みには十分気をつけましょう。

本日は以上となります。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

| プラチナサポート情報共有メール |          |     |          |      |      |
|-----------------|----------|-----|----------|------|------|
| No.             | 159      | 配信日 | 2022/7/6 | ジャンル | 出張買取 |
| テーマ             | 出張買取の引出し |     |          |      |      |

本日は「出張買取、引き出し」についてお話しさせていただきます。

出張依頼のお品物で、着物や人形など持込みが難しい品物の案件が多いと思います。

値段がつかないから行ってもしょうがないと思いこんでいませんか？

実は出張買取りは粗利を取れる大チャンスなのです。

ポイントとして

①仲良くなる＝褒める・共通項

②下の下訴求です。

来店とは違い実際にご自宅に訪問するので、褒める・共通項は格段に見つけやすいです。

#### ①仲良くなる＝褒める・共通項ポイント

家の外観、庭にある花、玄関先にある何か特徴的な物、ペット、子供、など沢山あります。

個人的な意見ではありますが、ペットを褒めるのはかなり有効的でした。

特徴的な家なら家を褒めるなど、相手の趣味に合わせた内容で褒める事を意識して下さい。

何でも褒めてしまうと相手は全く嬉しくありません。

#### ②下の下訴求

いきなり金ありますか、時計ないですか、と言われてありますとは言いません。

まずは贈答品やハガキ、テレカ、切手など小さな物から YES を取っていきましょう。

そこから情勢の話など今売った方がいいメリットを伝え、金や時計など引き出しをかけます。

その際、商品知識も披露するとさらに良いです。この人詳しいな、プロだなと思わせる。

知らない人に自分の宝物を見せたいと思いますか？客観的に見る事も重要です。

出張買取の醍醐味はやはり引き出しです。

実際にひな人形の案件からロレックスやインゴットなど沢山出てきました。

普通の４点セットや架電などでもっと積極的に出張アポを取ってみて下さい。

本日は以上となります。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

| プラチナサポート情報共有メール |                 |     |           |      |    |
|-----------------|-----------------|-----|-----------|------|----|
| No.             | 160             | 配信日 | 2022/7/11 | ジャンル | 交渉 |
| テーマ             | 高額な時計の買い逃しを防ぐ方法 |     |           |      |    |

今回は**高額な時計の買い逃しを防ぐ方法**について共有します。

今回のタイトルにもありますが、最近は特に高額なお品物の買い逃しが多いように思います。  
依然として売る気にさせられていないなど見込み客に挙げられていないケースもありますが、最近はお客様と金額の折り合いがつかず、買い逃している事例が増えてきました。

理由として考えられる点は**ロレックスを中心とした相場下落**です。

お客様の言い分として、

①「買った時〇〇円くらいだった。」

②「前査定に出した時は〇〇円だった。」

③「ネットで調べたら〇〇円だった。」

等の**根拠を崩し切れていないことが多い**です。

#### 根拠の崩し方

①part1 **モデルやブランドの違いで比較**

「〇〇のモデル(ブランド)であれば買った時の金額以上お出しできる可能性があります」

今回お持ちいただいたものは〇〇のモデル(ブランド)なので〇〇円です。」

①part2 **付属品の有無やオーバーホールしているかどうかで比較**

「オーバーホールをしている状態のものであれば買った時の金額以上お出しできる可能性があります、今回お持ちいただいたものはオーバーホールが必要なので〇〇円です。」

②③**相場の変動、時期で比較**

「1 番相場が高かった今年の2月 3 月であれば〇〇円お出しできた可能性があります、2 月 3 月をピークに相場が落ちてしまっているため〇〇円です。」

③に関してはようやく小売価格も落ちてきましたがまだまだ高い印象です。例えば**楽天で 1 つのモデルを検索してみると、ページがいくつも売り残っている場合がほとんど**です。

また、楽天の場合は**消費税、出品手数料、販売店の利益が加算された金額**が載っています。お客様から販売価格を見たと言われたときは注意してください。

お買い取りが難しい時こそ価格相談をご利用ください。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

| プラチナサポート情報共有メール |     |     |           |      |    |
|-----------------|-----|-----|-----------|------|----|
| No.             | 161 | 配信日 | 2022/7/12 | ジャンル | 集客 |
| テーマ             | 架電  |     |           |      |    |

本日は「架電」についてお話しさせていただきます。

来店が無い時、動的待機として店外の掃除やティッシュ配り等行っていると思いますが、その他にも架電と言う手段があります。品物を買って取り終わりでなく、その後また来店してもらえるようにするにはどうしたらいいのか。確実にアポを取る手段として皆様には是非活用して頂きたいです。

#### ポイントとして

接客時は下記のポイントをしっかり押さえて下さい。(接客後、計算書の備考欄に書いておく癖をつけた方が良いです)

- ①来店して頂いたお客様がどんなものを身に付けていて、家に何があるのか。
- ②接客時にどのような会話で盛り上がったのか、また共通項は何だったのか。

①、②は接客時に情報を集めて下さい。

③特別感を与える、期間限定のキャンペーン(強い興味付け)

架電の際、①、②の情報を基に③を付け加えるイメージです。

まずは前回売って頂いたお品物のお礼から入りましょう。

～例～ 先日〇〇様にお売り頂きました〇〇が、弊社の販売店で他のお客様にご売却が完了いたしまして、お品物をお売り頂いたお礼の電話でございました。〇〇様のお品物ですが、買われたお客様が大変喜ばれておりました。

お礼が終わったら前回の盛り上がった話、共通項の話(相手は覚えてないが、こっちは覚えてます感をだす)そこから〇〇様限定で買取金額〇〇%UPさせて頂く特別キャンペーンをご用意しました！なにより、私もまた〇〇様にお会いしたいと思っておりますので、ご売却をお考えの物がございましたら、ぜひ一度ご来店いただけないでしょうか？

あくまで例ですが、流れはこのような形になります。

アポが取れた場合、二者択一(当日・翌日/午前・午後)遠い日程だと売る気を失くしてしまいます。

今回はあくまで一例ですが、積極的に架電して一日一人でも多く来店してもらえるよう試してみてください。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

| プラチナサポート情報共有メール |      |     |           |      |    |
|-----------------|------|-----|-----------|------|----|
| No.             | 162  | 配信日 | 2022/7/16 | ジャンル | 集客 |
| テーマ             | 動的待機 |     |           |      |    |

お世話になっております。

過去にも何度か共有させていただいておりますが、  
本日は、「動的待機」について、改めてお話しさせていただきます。

まず「動的待機」とは、空いている時間帯は、お客様が見える位置にて作業や  
ティッシュ配り、掃除などをしながら待機することを言います。

お客様は不安で来店されます。  
「どんな人が買取しているのかな」「本当に査定だけでも大丈夫なのかな」と  
不安でいっぱいです。  
動的待機をすることで、その不安を和らげる効果があります。

直営店では「動的待機」を徹底させています。  
プラチナサポートで、オーナー店舗の状況を確認したところ、  
バックヤードにいた店舗さんは 40%を超えます。

お客様は目の前まで、お店の前まで来ています。バックヤードにいて気づかずに  
帰してしまっているお客様がいると考えましょう。

扉をあけたままにするのも、ひとつの方法です。  
「来店が少ない」と思ったなら、まずは基本の「動的待機」を是非行なってみてください。

本日は以上です。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

| プラチナサポート情報共有メール |         |     |           |      |    |
|-----------------|---------|-----|-----------|------|----|
| No.             | 163     | 配信日 | 2022/7/17 | ジャンル | 買取 |
| テーマ             | 貴金属の買い方 |     |           |      |    |

本日は「**貴金属の買い方**」についてお話しさせていただきます。

利益を追求していくうえで、貴金属を安く買えるか買えないかで大きく変わってきます。  
安く買う、買い逃しをしないようにするには、いかに情報収集が出来るかが重要になります。  
最低でも聞き出したい情報としては...

①自分で購入している

- ・近年に自分で購入
- ・デパートなどのお店で購入（貴金属メーカー）

②金純度が記載してある証明書がある

- ・重量が記載してある。重さを把握している。
- ・金純度が記載してある。今の相場を把握している。

③貴金属の買取金額＝貴金属純度×重量という事を把握している

- ・売却経験がある。もしくは無い。

④相みつしていて査定内容が売価に近い場合

- ・（売価とかけ離れている場合は安く買える可能性あり。）
- ・相みつ先の金額が低い。
- ・相みつしているが金額を偽っている。
- ・相みつを実はしていない。

お客様が上記のどこまで該当していて希望金額に対して**根拠**があるかをしっかり情報収集しましょう。

**該当していなければ、いない程安く買える可能性があります。**

上記の一例として。

- ・金相場は把握しているが重さを把握していない。もしくはその逆。
  - ・金だと思っているが、いつ、どこで購入したか把握していない。
  - ・購入時の内容を把握しているが、買取の内容を知らない。
- などお客様によって様々です。

ここからは、情報収集で得た情報から『**提示金額の根拠**』となる内容を伝えましょう。

例)

- ・お品物の年代がだいぶ前の為  
(年代が前であればある程、金の純度にばらつきがあり金額が下がる)
- ・変色している為  
(金という素材は銀と違って変色(酸化)しない。変色している事は純度が低い。銀を多く使用している)
- ・刻印、ホールマークが無い為  
(刻印は金の品質を保証する大切なもの。刻印が無いと金としての信憑性に欠ける)
- ・海外製品である為  
(中国など東南アジア製の金製品は純度に幅があることが多い。金としての信憑性は低く、一般的には買取が難しい)
- ・アトK 刻印である為  
(アトK 刻印は主に東南アジア等の海外品や古い物が多い)
- ・お品物が壊れている為  
(壊れていなければ製品として金額を付けられる。壊れているので素材の金額になる)

あくまで一例ですが、  
提示金額の根拠を伝え納得させ、安く仕入れる事が目的ですが、大前提として**信用、信頼**されてるかが重要です。  
通勤時の電車内などで褒めるポイントなど練習などしておくとなんもお客様が来ても対応しやすくなります。

本日は以上となります。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

| プラチナサポート情報共有メール |           |     |           |      |      |
|-----------------|-----------|-----|-----------|------|------|
| No.             | 164       | 配信日 | 2022/7/26 | ジャンル | 商品知識 |
| テーマ             | ルイヴィトンの機番 |     |           |      |      |

本日は「**ルイ・ヴィトンの機番**」についてお話しさせていただきます。

持込のお品物でよくヴィトンのバッグを目にしますが、  
今回あらためて機番の読み方を共有します。

お客様から見れば経験有無問わず査定員はみんなプロと思っています。  
ヴィトンのお品物が来た時にパッと見ただけで製造年月を言えたら、  
この人プロだな、物知りだなんてお客様は安心する方が多いです。  
更に製造年月が分かれば比較トークなど有効活用できますので是非覚えて実践してください。

機番は**アルファベット+数字**の並びになります。  
アルファベットは製造国の意味を表します。

#### アルファベットと製造国

**フランス**…AA AC AH AN AR AS BA BJ BU CT DU ET FL LW MB MI MS NO RA RI SA SL SN  
SP SR TH TJ TN TR TS VI VX  
AAS A0 A1 A2（例外で数字が使用されている）

**アメリカ**…FC FH LA OS SD

**スペイン**…CA GI LB LM LO

**イタリア**…BC BO CE FO MA RC RE TD

**スイス**…D1 FA

**ドイツ**…LP

**修理**…DK

## 数字の並びと製造年月の読み方

①1980年～1984年まで…この年代は3桁、4桁の数字のみになります。主にキーポルなどでよく見かけます。工場によっては機番がないものもあるので機番が無い＝基準外と思わないように注意して下さい。

例…機番 816 1981年6月 最初の2桁は製造年の下2桁 3桁目は製造月になります。

②1985年～1989年まで…この年代あたりからよく見かける機番になっています。アルファベット+3桁、4桁。

例…機番 MI 8610 フランス 1986年10月 一桁月の場合は数字は3桁になります。

③1990年～2006年…持込みのお品物で多く見るのはこの辺りになると思います。

数字の並びが変わり複雑になっています。数字4桁部分の頭から1番目・3番目で製造月、2番目・4番目で製造年が分かるようになります。

例…機番 SP 1926 フランス 1996年12月 パッと見ると複雑に見えますが慣れれば簡単です。

④2007年～製造月が週表記に変更されます。ちなみに1年は52週～54週となります。

例…機番 CA 4058 スペイン 2008年10月(45週) 週表記になってますので注意が必要です。

また、2021年頃からICチップ内蔵型になっておりますので、最新の物は機番はありません。

以上となります。

慣れもあると思いますが、実際の比較トークや相手をプロだと思っていただくためにも最低限製造年月をすぐ言えるようにしておくと思います。

本日は以上となります。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

| プラチナサポート情報共有メール |              |     |           |      |    |
|-----------------|--------------|-----|-----------|------|----|
| No.             | 165          | 配信日 | 2022/7/27 | ジャンル | 買取 |
| テーマ             | 買取をする上でのマインド |     |           |      |    |

今回は【買取をする上でのマインド】の部分について解説していきたいと思います。

お客様からの問い合わせで毛皮、着物、株主優待券など買取不可や、時節によっては値段がつけられないお品物はよく来ると思います。

そういったお品物をお持ち込みのお客様に対して、値段がつかない＝利益にならない と思い込んで適当な査定や対応をしていませんか？

直営店では、そういったお品物が来た場合、**利益が生まれるチャンス** だと思って行動しております。

毛皮のコートや着物を買うお客様は他にアクセサリやブランド品を持っている可能性は高いです！  
株主優待券を持っているお客様が他に資産になるようなものを買ってないはずがないんです！

直営店で**実際にあった事例**として、

初来店の際、着物をお持ち込みいただいたお客様に対し、布をめくるときも白手を付け両手で捲り、細かい縫製の仕方まで確認するなど、丁寧に接客を気に入っていただいて **金のインゴット**を持ってきてくださるということもありました。

お客様は接客をみて信用できる人なのか試している可能性もあります。

買取できない、お値段のつかないものでも、お客様一人一人にお品物の大切な思い出があるので、お客様が来店に至るまでのストーリーを汲み取り、お客様と信用・信頼関係を気づくという買取マインドは常に持ち続けるよう心がけましょう。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

## プラチナサポート情報共有メール

| No. | 166  | 配信日 | 2022/7/29 | ジャンル | 商品知識 |
|-----|------|-----|-----------|------|------|
| テーマ | エブリン |     |           |      |      |

今回の情報共有メールはエルメスのショルダーバック「**エブリン**」についてです。

エルメスの中でも持ち込まれることが多いです。

マイナーチェンジや、素材名を知っていただき、比較トークに使えるようにしましょう！



エブリンは 1978 年頃からエルメスのラインナップに登場したバックで、

その名前は馬具工場のディレクターであった「エヴリン・ベルトラン」に由来しています。

チャームポイントである、「H」の文字とそれを囲む楕円の穴（パンチング）は、通気性を確保するために開けられています。

馬の足につける蹄鉄をイメージして作られたモデルで U 字型になっていてとても可愛い形をしていますね。

エブリンは、主に 3つあります。

エブリン I（アン）



エブリン II（ドゥ）



エブリンⅢ（トロワ）



こちらは作れた順番に、エブリンⅠ（アン）エブリンⅡ（ドゥ）エブリンⅢ（トロワ）となっています。覚えやすいですね。

この3つを見分ける方法は主に2つあります。

- ①ポケットがあるか
- ②ショルダーストラップが調整できるか

エブリンⅠは「H」のパンチングの逆側にポケットが無く、ショルダーストラップに長さを調整する機能がありません。

エブリンⅡは「H」のパンチングの逆側に外ポケットが存在し、ショルダーストラップは変わらないままです。

エブリンⅢはポケットはエブリンⅡと同じですが、ショルダーストラップが調整できるようになりました。

つまり、エブリンⅢは最終進化系です。

サイズ展開は、大きい順に以下の通りです。

わかりやすいようにサイズのイメージを例にしてみました。

- ①TGM（アウターが入るくらい）
- ②GM
- ③MM
- ④PM
- ⑤TPM（ヴィトンの長財布がはみ出るくらい）

エブリンの人気の素材としては、

- ①トリヨンクレマンス・・・雄牛の革を使用した素材でトゴよりも目が大きくで、少し柔らかい
- ②エプソン・・・雄牛の革に細かい型押し加工をした素材で型崩れがしづらい
- ③トワルアッシュ・・・キャンバス素材で糸を縦糸と緯糸を交互に織った素材で、摩擦に強い

主に以上の3つになります。

以上の情報を基に、実際にお品物が持ち込まれたら、

エブリンⅠの場合

「エブリンⅡやエブリンⅢのように後ろにポケットがあれば、〇〇円はついたのですが、今回お持ち込みいただいたのは、エブリンⅠと呼ばれ、一番 1978 年にできた年式が古いモデルであり、ポケットのマイナーチェンジもされていないため〇〇円になります」

エブリンⅡの場合

「エブリンⅢのようにショルダーストラップが調整できるものであれば、〇〇円つきましたが、お客様の持ち込みいただいたものはストラップが調整できないため〇〇円となります」

エブリンⅢの場合

「エルメスの大人気素材であるトリヨンクレマンスやエプソンと呼ばれる雄牛の革が使われていれば〇〇円つきましたが、こちらのバックに使用されている素材はトワルアッシュと呼ばれるお品物で、経年劣化すると糸がほつれたり、汚れが落としづらいため〇〇円となります」

素材、サイズ、形を覚えておくと比較トークで権威付けすることができるため少しずつでも覚えておきましょう。

今回の情報共有メールは以上になります。

毎日一つブランドバックの種類を覚えるだけで、1年でかなり多くのバックを知れると思いますので、いつか同じお品物が来た時、根拠ある説明ができるように日頃から勉強しましょう!!

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

## プラチナサポート情報共有メール

| No. | 167           | 配信日 | 2022/7/30 | ジャンル | 商品知識 |
|-----|---------------|-----|-----------|------|------|
| テーマ | ギャランティーカードの種類 |     |           |      |      |

本日は「**ロレックス・ギャランティーカードの種類**」についてお話しさせていただきます。

基本ギャランティーカードは失くしてしまうと、**再発行不可**です。

大げさかもしれませんが世界に1枚しかありません。

ロレックスのギャラは4種類ありますが、  
覚えておくことにより比較トークとして使えるようになります。

ギャランティーによっては仕様が違うところもありそれぞれデザインの特徴もあります。  
下記にピックアップしましたのでぜひ覚えて知識として覚えて下さい。

また、ロレックス本体の製造年数によっては、物は同じですが新ギャラ、旧ギャラのパターンもあります。  
当然ですが新しいギャラの方が高く売れます。

① 紙ギャラ...1980年～2006年頃まで。



②2 世代前 カードギャラ...2006 年～2014 年頃まで。

偽物防止のブラックライト加工が施されるようになりました。

写真の側にブラックライトを当てると、上のグリーンの所一帯に「ROLEX・・・」の模様が現れる様になっております。



③1 世代前 カードギャラ...2014 年～2020 年頃まで。

よく見かけるのがこちらのタイプのギャランティカードです。

一個前に比べると、白・ゴールドの部分が増えた印象です。2 世代前のギャラ同様ブラックライト加工が施されています。



#### ④現行カードギャラ...2021 年 7 月～

2021 年の 7 月ごろからは、全体がグリーンのデザインへと変わりました。

現行ギャラは以前の物と比較すると大きく変更部分があります。

##### ①オーナー名の記載がなくなる

##### ②NFC タグが導入され、『NFC Tools』などのアプリで読み取ると ROLEX のサイトが表示されるようになった

つまり中古市場でも新ギャラは前の購入者の名前の記載が無くなった為、人気があります。



以上、ロレックスギャランティーの種類になります。

#### 品物例

ロレックスサブマリーナ 116610LN 2010 年～2020 年  
こちらの場合、2 世代前、1 世代前のギャラで別れてきます。

また、ロレックスサブマリーナ 126610LN 2020 年～  
こちらは新ギャラ、1 世代前のギャラで別れてきます。  
比較トークは使いやすいと思います。

同じモデルでも製造年でギャラが違う場合もあります。  
持込みの品物で、ギャラがあった場合は必ずいつのギャラなのか確認しましょう。

付属完品の場合のトーク例・・・こちらのモデルは(116610LN)は 2010 年～2020 年まで製造されているお品物ですが、こちら 1 世代前の 2014 年以降のギャラでしたら〇〇円にはなりますが、お持ち頂いたお品物は 2 世代前のギャラですので、〇〇円になります。など...

※比較トークとは私たちの買取金額は本来高いんですよ！！と最初に印象付ける事が大切です。

ロレックスなど高級時計を買われる方は、マニアの方や時計好きの方が多いです。  
実際時計を買う時、現品のみか付属品付きどちらを買うか...付属品付きのが買う方が多いです。

また、ギャラは再発行出来ない為、時計 1 つに対して世界に1つのみです。

いかにギャラが大切かを理解してもらう為に説明できると結果、**信用・信頼**につながります。

本日は以上となります。

時計のギャラポート

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

| プラチナサポート情報共有メール |         |     |          |      |          |
|-----------------|---------|-----|----------|------|----------|
| No.             | 168     | 配信日 | 2022/8/1 | ジャンル | 10 の行動指針 |
| テーマ             | 概算金額のアテ |     |          |      |          |

本日は「**概算金額のアテ**」についてお話しさせていただきます。

最近の動画ロープレや価格相談の中で、アテが怖くてできないとよく耳にします。

なぜ概算金額をアテないといけないか…今回のメールではアテをする理由、コツについて共有します。

**①概算金額の目的**→相手にリアクションをもらい、つつこみをもらい、イメージ金額とその根拠を引き出す。

**②なぜアテをするのか**→ダイレクトに希望金額を聞いてしまうと、足元を見られたと思うしまうから。

**③アテすることで分かる事**→持込のお品物に対して、どこまで調べているか反応を見る事が出来る。

細かく分けるとこの3つです。

また上記の情報が分かれば、安く買える相手から安く買う事が出来るようになります。

アテをしないで金額提示をしてしまうとただの金額勝負となってしまうので、高買いや買い逃しに繋がります。

中途半端に金額でアテてしまうと売る気を失くします。

#### トーク例

①ざっと見た所、もしかしたら最悪値段がつかないかもしれません

実は過去にそのような事例もあったのでお伝えの方だけさせて頂きました。ちなみに……

②ざっと見た所、もしかしたら1億円ぐらいいくかもしれませんよ！！

流石にその金額は言いすぎてしまいましたが、1億円つくぐらいの気持ちで査定させて頂きます！ちなみに……

ここで重要なのが0か100かです。

リアクション、つつこみが無ければアテをする意味がなくなります。

相手に対して使い分けてみるのも一つの手です。

また、**①値段がつかないかもしれません…**に対して抵抗がある場合は**②一億円ぐらい…**をぜひ使ってみて下さい。

これらの最終目的は**イメージ金額とその根拠**を聞き出すためです。

アテの目的を忘れずに是非活用してみてください。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

| プラチナサポート情報共有メール |              |     |          |      |      |
|-----------------|--------------|-----|----------|------|------|
| No.             | 169          | 配信日 | 2022/8/2 | ジャンル | 商品知識 |
| テーマ             | 処理方法による比較トーク |     |          |      |      |

本日は、宝石が持ち込まれた際に使える「処理方法による比較トーク」について解説していきます。

(処理といっても、方法は多岐に渡るため本日はその一つについてです!!)

### 含浸処理

研磨作業やカットだけではカバーしきれない内面のひび割れや、欠けがあるとクラリティが低くなる原因になるため、それをカバーするため、その宝石の屈折率に近いオイルや樹脂(透明剤)を宝石に染み込ませる含浸処理(含浸処理)が施されます。

鑑別書には、**【キャビティ中に透明物質の充填を認む】**などそれに近い文言で処理内容について記載されているので持ち込まれた場合はチェックしてみてください。

### そもそも、何故含浸処理が施された宝石が安くなってしまうのか？

それは、**種類や割れ目の大きさによって後々透明剤が劣化し、変色する可能性が高いため**です。

以上の知識を比較トークに使うと

**「宝石で値段が付くものは、処理を施す必要のないほど原石の状態から輝きを放っているもので、そのようなお品物でしたら、同じ大きさでも何十万、何百万と値段が跳ね上がるのですが、こちらのお品物は、含浸処理が施されていて、宝石を美しく見せるために石に充填された透明剤が年を重ねるにつれて劣化し変色してしまうため安価に取引されます」となります。**

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

| プラチナサポート情報共有メール |      |     |          |      |      |
|-----------------|------|-----|----------|------|------|
| No.             | 171  | 配信日 | 2022/8/3 | ジャンル | 情報収集 |
| テーマ             | 情報収集 |     |          |      |      |

本日は「**情報収集**」についてお話しさせていただきます。

前回の共有メールに引き続き 10 の行動指針の中で重要な情報収集についてです。

今回のメールではなぜ情報収集をしないといけないか...今回のメールで再度情報収集の大切さを共有します。

- ① **情報収集の目的**→今日売る動機を探し出す事。信用、信頼を得る事。イメージ金額とその根拠。
- ② **なぜ情報収集をするのか**→持込の品物に対して、どこまで把握しているか、相場観があるのかないのか。
- ③ **情報収集をするメリット**→オープנקエスチョンを使うことにより、相手に考えさせられる。  
言葉のキャッチボールをすることにより、さらに良い関係性を作ることができる。

細かく分けるとこの 3 つになります。

また、情報収集の中でも褒める・共通項を徹底しましょう。

コツとしては質問が単調にならないように気を付けましょう。

最低限引き出したい情報として...

- ①持込頂いたお品物は、だれのものなのか。
- ②いつ頃、購入したものなのか。
- ③どこで購入したものなのか。
- ④いくらくらいで購入したものか。
- ⑤おたからやの利用は初めてか。
- ⑥何を見て、ご来店いただいたか。
- ⑦売却経験はあるのか。
- ⑧売却して何に使いたいか。

上記の内容をお客様に飽きさせないように聞き出す必殺トークは...

**【古物営業法の関係で、質問みたいになってしまい、申し訳ありませんが  
皆様にお聞きしていることがございますので、お付き合いください。】**

研修や、ロープレ等でもう何度も聞いているフレーズですが、これを言えない方が多い印象です。

これを言わないまま情報収集してしまうと相手は良い気持ちではなくなります。

特に**皆様のフレーズ**は必ず使って下さい。

皆様の言葉が無いと、相手は自分だけ聞かれてるのかな。怪しまれてるのかな。と不信に思ってしまう。

買取の中で概算金額のアテ・情報収集で約 8 割はここで決まります。

どちらかをないがしろにしまうと、安く買えるお客様から買うこともできず、不信に思っしまい買い逃しに繋がります。

是非この機会に見直していただき、明日から使ってみて下さい。

本日は以上となります。

買取査定レポート

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

## プラチナサポート情報共有メール

|     |         |     |          |      |      |
|-----|---------|-----|----------|------|------|
| No. | 172     | 配信日 | 2022/8/5 | ジャンル | 商品知識 |
| テーマ | 宝石の処理方法 |     |          |      |      |

色石が持ち込まれたときに、「石には値段がつかないので…」と説明が不十分なままお客様を返していませんか？

色石に値段がつきづらい説得力ある説明ができるようにしましょう！

そこで本日は、前回に引き続き宝石の処理方法による比較トークについて配信したいと思います！

前は含浸処理という処理方法について解説させていただきました。

本日は、加熱処理について、解説していきます。

### 加熱処理

ルビーやサファイアなど多くの色石に施される色の悪い原石を美しく輝かせるために行われる処理方法です。

流通している特定の色石の 95%は加熱処理されており、最も一般的な処理方法です。ツボに石を入れ、1000 度以上のバーナーで加熱し焼くことにより石に輝きが生まれます。

全く同じカラーであっても、加熱宝石か非加熱宝石かで値段が数十倍に跳ね上がるケースがあります。

例えば、ルビーだと非加熱のもので、深く透明な濃い赤色のルビーは、ハトの血という意味合いからビジョンブラッドとよばれ石だけで数十万のお値段が付きます。 ※追記 2022/10/17

では、加熱処理されているかどうかすれば見極められるでしょうか？

見た目のみで判断することは至難の業です。（正確に言うと、内部の物質が破損しているか、シルクインクルージョンが溶解しているかで見極められます。）

加熱処理が施されているかどうかは資格を持っていない場合、鑑別書を見ることでしか判断できません。

鑑別書には以下に近い文言で記載されています。

### 加熱宝石

『加熱処理が施されています』

『色の改善を目的とした加熱が行われています』

### 非加熱宝石

『通常加熱処理が施されています』

『加熱の痕跡は認められません』

もし鑑別書もセットで持ち込まれた場合は確認してみてください。

以上の情報を基に実際の接客で使えるトークの例としては、

なぜ、加熱処理が施されているか説明した前提で

**「非加熱のものであれば〇〇万ついたのですが、今回持ち込みいただいたお品物は鑑別書をみればわかる通り加熱処理が施され、色の悪い石を蘇らせたものとなります。通常の処理から逸脱したものとなり天然宝石としての評価が下がるためこちらの石に着けられるお値段は〇〇万円となります」**

以上のようになります。

「色石はつかないです」と不十分な説明は不信感に繋がります。お客様から信用を得られるよう説得力のある説明を心がけましょう！

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

| プラチナサポート情報共有メール |        |     |          |      |        |
|-----------------|--------|-----|----------|------|--------|
| No.             | 173    | 配信日 | 2022/8/6 | ジャンル | クロージング |
| テーマ             | クロージング |     |          |      |        |

本日は「**クロージング**」についてお話しさせていただきます。

実際に現場に出られている方で、イメージ金額の根拠が崩せず金額勝負になってしまったり納得できずに買い逃しになってしまう可能性があります。

「今回は持って帰る」と言われ、それ以上突っ込めず絶句してしまう。

など会話が续かず買い逃しをしてしまったケースもあるかと思われます。

今回は、金額提示の際、**比較トーク**を使うことにより、信用・信頼にも繋がり、高買いや買い逃しを防ぐ事が出来ます。

**①比較トーク**...我々の買取金額は本来高いですよ！！と最初に印象付ける事。

**金額提示は、根拠と自信をもって伝える事が重要です。**

(1)比較トークをする理由...

根拠のない金額提示では、お客様が納得してくれることはありません。

商品知識を使い、お客様に自信をもって説明し、金額提示をする事が重要になります。

商品知識が無い場合でも、**いらない理由**が明確になっていれば理由に便乗するだけです。

相手のイメージ金額を崩すには何度も比較トークの繰り返しとなります。

～例～

・いらない理由が分かった場合...

「客」このバッグ物が入りにくくて使いにくいんだよね...

そうなんですよ。皆さんそう言った理由でお売りになられる方多いんですよ！

今は物が入りやすいバッグが流行っているんですよ！

・商品知識での比較トーク...

付属品の箱、ギャラなどそろっていれば、〇〇円にはなりますが、お持ち頂いたお品物は本体のみですので、〇〇円となります。

こちらのバッグですが、サイズが〇〇cmのタイプでしたら〇〇円にはなりますが、お持ち頂いたお品物は〇〇cmなので、〇〇になります。

あくまで一例の比較トークですが、バックヤードに品物を持っていた際にお品物に対して、

比較できる内容を調べる癖をつけてみて下さい。

提示金額の根拠がしっかりしていれば、高買い、買い逃しは必ず減ります。

本日は以上となります。

ハッシュタグレポート

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

| プラチナサポート情報共有メール |         |     |           |      |        |
|-----------------|---------|-----|-----------|------|--------|
| No.             | 174     | 配信日 | 2022/8/10 | ジャンル | クロージング |
| テーマ             | クロージング② |     |           |      |        |

本日は「**クロージング②**」についてお話しさせていただきます。

前回私が配信した vol.173 の比較トークに続いて、今回は応酬話法の一つ  
**みなさんトーク**について共有いたします。

今回はみなさんトークを使うことにより買い逃し、高買いを防ぐ可能性を高める事は勿論  
会話の切り返しが自然と出来るようになり、お客様に気持ちよくお品物を手放して頂く事が出来ます。

ネガティブな発言に対して、切り返しトークが出来ず買い逃しをしてしまう方や  
お客様の言いなりになってしまい、金額勝負になってしまう方へ向けての発信です。  
慣れている方も、是非振り返りとしてご確認ください。

**・みなさんトーク...**自分だけではなく、みんなそうしているんだと思ってもらう事。

・比較トーク等で提示した金額に対して納得させているが、売るか売らないか悩んでいる方。  
成約まではあと一歩の所ですが、相手からネガティブ発言が来た場合どうするか。  
そのときに切り返しトークとして、使えるのが**みなさんトーク**です。

#### (1)「それしか値段付かないなら誰かにあげようかな...」

時計の場合...最初はそうおっしゃる方も多いですが、好みやメンテナンスコストもあって貰った側にも  
負担がかかることもありますので、みなさん最終的にご売却される方が多いですよ！

バッグ(貴金属も応用可)の場合...最初はそうおっしゃる方も多いですが、今の流行や好みでも分かりますし、  
古いバッグを使っているなど分かる人には分かってしまうので、  
みなさん最終的にご売却して新しいバッグを買ってあげる方が多いですよ！

#### (2)「そんなに安いなら今売らなくてもいいかな...」

時計の場合...オーバーホールなど定期的にコストもかかることに  
負担を感じられてみなさんご売却される方が多いですよ！

バッグの場合...高温多湿の日本では毎年皮が傷みやすく、年々相場が下がってしまいます。  
今が高いうちにみなさんご売却される方が多いですよ！

貴金属の場合...円安の関係で相場が不安定ですのでいつ暴落するか分からない状況です。

今、最高値が出てるタイミングでみなさんご売却されますよ！

どんなネガティブな発言が来たとしても、切り返しトークをするよう心掛けて下さい。

話せるようになるには、話す練習をするしかありません。

是非ロープレ等を積極的に行い、本番でも買えるように練習してみてください。

本日は以上となります。

ハッシュタグレポート

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

| プラチナサポート情報共有メール |              |     |           |      |    |
|-----------------|--------------|-----|-----------|------|----|
| No.             | 175          | 配信日 | 2022/8/17 | ジャンル | 集客 |
| テーマ             | ティッシュ配り・アポ取り |     |           |      |    |

本日は「**ティッシュ配り・アポ取り**」についてお話しさせていただきます。

ポイントを押さえることによってアポが取りやすくなります。

ティッシュ配りをしているがなかなかアポに繋がらない方や  
ただ配って終わりになってしまう方は、是非今回の共有メールを参考にして実践してみてください。

ポイント...①お客様に立ち止まって頂く事。

②興味付けを行い、優先順位を上げる。

③アポは当日か翌日。

(1)お客様に立ち止まって頂く事。

- ・まずは会話をする為に立ち止まって頂く必要があります。  
立ち止まって頂くには、大きな声で元気よく配ることが大切です。  
例:「買取キャンペーン〇〇%アップやってます!!」など。

(2)興味付けを行い、優先順位を上げる。

- ・安く仕入れたい気持ちが先行してしまい「状態次第では...」「付属品によっては...」など  
期待値を下げる話をしたくなりますがここでは NG です。話を聞くようにしましょう。  
ひな人形や着物等、持ち運びが難しい物は出張買取のチャンスです！  
例:「値段がつかないと思っていた物に値段がついてビックリされてましたよ!」

更に、特別キャンペーンなどでお客様に特別感を与えます。

例:「お客様限定で〇〇%UP つけますよ!」と名刺に手書きで書いたりすると特別感が出ます。

興味付け、優先順位を上げる事が出来ればしっかりアポにつながります。

(3)アポは当日か翌日。

- ・お客様は時間が空いてしまうと売る気をなくしてしまいます。  
また時間を与える事で他社を見てからうちに持ってくるなどのケースが起こります。  
しっかりと興味付け、優先順位を上げてアポを設定して下さい。

～まとめ～

アポ取りの際、話し込み過ぎてはアポにつながりません。

ゴールが見えてしまうとお客様はそこで満足してしまい、実際に持込をしてくれません。

興味付けをし、優先順位を上げる。それ以上の事はありません。

品物について詳しい話をしたくなると思いますが、詳しい話は持込頂いてからするように徹底して下さい。

本日は以上となります。

アポ取りのポイント

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

| プラチナサポート情報共有メール |       |     |           |      |      |
|-----------------|-------|-----|-----------|------|------|
| No.             | 176   | 配信日 | 2022/8/23 | ジャンル | 商品知識 |
| テーマ             | スピーディ |     |           |      |      |

本日の情報共有メールは持ち込まれる機会が多い【ルイヴィトン スピーディ】について解説していきます。

ルイヴィトンのスピーディはキーポルのデザインを基に作られた普段使いしやすいハンドバックです。ショルダーストラップがついているモデルはスピーディバンドリエールと呼ばれます。

世の中の移動がより早くなったことに由来し「スピーディ」という名前が付けられました。

#### サイズ展開は

- ①ナノスピーディ
- ②スピーディ 25
- ③スピーディ 30
- ④スピーディ 35
- ⑤スピーディ 40

以上の 5 展開になります。

#### 【スピーディのマイナーチェンジ】

①新スピーディはハンドルの根元の部分にあるリベットを囲むように縫製があり、丈夫な造りをしているのに対し、旧スピーディはリベットの下の部分にしか縫製がないため造りが脆くなっています。



旧

②新スピーディは内ポケットにファスナーがついているのに対して旧スピーディはファスナーがついていません。  
また、ポケット内の素材も新型はコーティングがされていないのに対し旧型はコーティングがされており、経年劣化でボロボロはがれてきます。



以上のことを交渉ポイントとして説明としたうえで

「新型は全体的な造りや縫製の仕方が堅牢であるため〇〇円になります。それに対し旧型は作りが脆いため〇〇円になります。」と説明できるようになります。

スピーディは良く持ち込まれるお品物です。実際に持ち込まれた際は、是非、この情報共有メールを思い出して、お客様に説得力ある説明をしてみてください。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

| プラチナサポート情報共有メール |         |     |           |      |    |
|-----------------|---------|-----|-----------|------|----|
| No.             | 177     | 配信日 | 2022/8/24 | ジャンル | 集客 |
| テーマ             | 口コミの重要性 |     |           |      |    |

本日は「**口コミの重要性**」についてお話しさせていただきます。

口コミを意識して取ることにより将来的に来店数が増え、更に来店コストを抑える事が出来ます。

つい口コミを貰う事すら忘れてしまう方、この共有メールを見た後は必ず貰うようにして下さい。

口コミによる効果...

- ①チラシを見ていない方が来店するようになる。
- ②コストを抑えられるようになる。
- ③拡散性が高い。

①新聞を購読している世帯の割合は 30 代は約 30%しか新聞を購読していない一方で、60 代以上は約 80%が新聞を購読しています。

チラシの反響は 50 代、60 代が割合的には多いですが、20 代～40 代の方は、口コミを見て選ぶ方が多いです。  
競合他社が近くにある場合、口コミの数で来店の差が出てしまいます。

②集客にもチラシ・DM など様々な手法がありますが、どれも一定のコストがかかってしまいます。  
口コミはお客様主体で情報拡散されるため、広告宣伝費を抑えて集客できます。

③ 口コミであれば、お店を利用したお客様が不特定多数の方に向けて情報発信してくれるため、  
今までお店を知らなかった方にも知ってもらえる機会が増え、新しいお客様との出会いに繋がります。

～まとめ～

口コミへの信頼性が高いと感じる条件としてポジティブ、ネガティブな口コミに対して返信する事です。  
ネガティブな口コミを書かれたとしても解決策と感謝をセットにして対応し、  
お客様を大切に思っている店舗の熱意が伝わる事が何より重要です。  
4 点セットを必ず使い、競合他社に負けないよう取り組んで下さい。

本日は以上となります。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

| プラチナサポート情報共有メール |      |     |           |      |      |
|-----------------|------|-----|-----------|------|------|
| No.             | 178  | 配信日 | 2022/8/28 | ジャンル | 商品知識 |
| テーマ             | 鉄道模型 |     |           |      |      |

いつもお世話になっております。

本日は【鉄道模型】について解説していきます。

鉄道模型って値段付くの？

A.一撃何十万とお値段が付くことがあります。

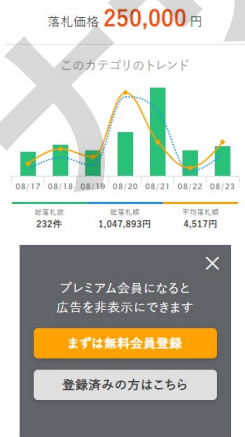
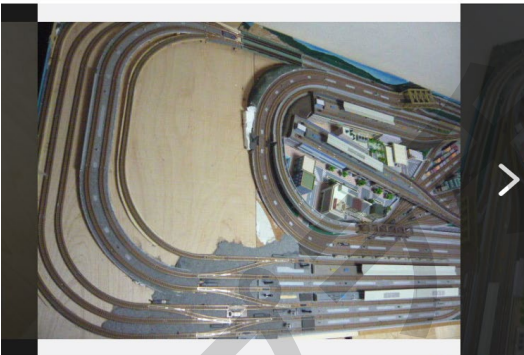
↓大型レイアウトですが一撃 25 万ついています！

車両単体でも何万と値段が付くこともあります！

大型レイアウト 240×112×22cm ジオラマ模型 Nゲージ 動作確認済 車両関係 レール関係共に付属品  
大多数！！

→ この商品の詳細を見る

「レイアウト 240×112×22cm ジオラマ模型 Nゲージ 動作確認済 車両関係 レール関係共に付属品大多数！！」はヤフオク!で  
19%) の評価を持つK2-40ChyHD9jeXKkbから出品され、1の入札を集めて8月 20日 22時 34分に、250,000円で落札されまし  
て価格は300,000円ででした。終了1時間以内に0件入札され、0円上昇しました。決済方法はYahoo!かんたん決済に対応。兵庫県  
送料は落札者(0\*4\*0\*\*\*)が負担しました。P RオプションはYahoo!かんたん決済、取引ナビ(ペーパードキュメント)を利用したオークション  
だ。



なぜ鉄道模型は高い値段が付くのか？

それは、需要が限られていることによる小 Lot 生産を行っているからです。

【一度の生産で約 200 台のみの生産数という点や予約による受注生産のみのため母数が少なく、中古市場のみでしか  
購入ができないものがある】



【世界に根強いファンがいる】以上のことより鉄道模型は高い金額で流通しています。

いざ持ち込まれたときに「新品なら～」というような不十分な説明にならないように、今回の情報共有メールを機に説明で  
きるようになりますように！

鉄道模型にも実はサイズがあり、縮尺や走らせる線路の幅ごとに呼び名があります。

## 鉄道模型 6 サイズ

- ①Z ゲージ…鉄道模型最小サイズ(1/220、6.5 ミリ)
- ②N ゲージ…日本で最も主流サイズ(1/148～160、9 ミリ)
- ③TT ゲージ…HO より少し小さいサイズ(1/120、12 ミリ)
- ④HO ゲージ…O ゲージの半分(Half)のサイズ(1/87、16.5 ミリ)
- ⑤O ゲージ…HO ゲージが出る前は人気だったサイズ(1/43・45・48、32 ミリ)
- ⑥G ゲージ…Z ゲージの 10 倍のサイズ(1/22.5、45 ミリ)

この中でも、N ゲージと HO ゲージが持ち込みのメインになると思います。

鉄道模型のシェア率は **N ゲージが 75%、HO ゲージが 15% その他 10%**となります。

### 【有名メーカー】

- トミックス TOMIX
- グリーンマックス GREENMAX
- KATO カトー etc...

### 使える比較トーク

「N ゲージであれば生産数が少ないことに加え、コレクターの需要も高いためお値段が高くなりますが、お持ち込みいただいた HO ゲージは、市場でのシェア率が N ゲージの 1/5 のため希少なものでも買い手が見つかりづらいためお値段は伸びにくく〇〇円となります」

### 引き出し

鉄道模型は、今の 4, 50 代の方々が良く遊んでいたことや、その親の世代が今でも保管していることを考えると家に眠っている可能性は大いにあります。

そもそも、売れないと思い込んでいるお客様に対して訴求することにより思いがけない利益につながる事もあるためカタログを見せる際に鉄道模型についても触れて引き出しを行いましょう！

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

| プラチナサポート情報共有メール |           |     |           |      |    |
|-----------------|-----------|-----|-----------|------|----|
| No.             | 179       | 配信日 | 2022/8/29 | ジャンル | 集客 |
| テーマ             | 出張アポへの繋ぎ方 |     |           |      |    |

営業支援本部プラチナサポート担当の厚芝(アツシバ)です。

問合せの多い内容や直営店の運営方法などをプラチナサポート加盟店の皆様  
に共有させていただいております。※不定期での配信です。

本日は「**電話問合せから出張アポへの繋ぎ方**」についてお話しさせていただきます。

お電話での問合せに対して質疑応答のみで終話させてしまいアポに繋げる事が出来ない方、  
この共有メールを見る事で、出張アポが取りやすくなります。

問い合わせの内容で来店するにあたって持込みが困難な品物

例として「着物の値段はいくらですか？」や「ひな人形は値段つきますか？」  
などの質問などが多いと思いますが皆さんはどのような回答をしていますか？

「見てみないと分かりません」や「物によってはお値段が出る可能性があります」と回答する方が多いと思います。  
来店して値段が付かなければ行く意味が無いと思ってしまい、お客様が来店する可能性は極めて低くなります。

持込みが困難な品物の時程出張アポをとる大チャンスです。

ここで重要なのが強い興味付けをし、出張買取の方がお得だと思ってもらう事です。

トーク例

・お着物やお人形ですとご来店の際、汚れてしまったり型崩れを起してしまう可能性もあるので、是非出張買取をお勧め  
します。

只今出張買取の買取強化キャンペーン中ですので、よりお得にお買い取りさせて頂いております！

出張買取は褒める・共通項など来店に比べて格段にやりやすいです。

また引き出しの際、下の下訴求をする事で高額品を引き出すことが出来れば一撃が狙えます。

※訴求、引き出しに関しては情報共有メール vol.159 をご確認ください。

8月現時点...直営店粗利単価＝57,312 円

出張買取粗利単価＝178,137 円

御覧の通り、店舗と出張では粗利単価が約 3 倍も変わります。  
是非、積極的に出張アポを獲得していきましょう。

本日は以上となります。

出張アポポータル