



PROFESSIONAL EDITION

年商10億の物販事業者が実際に使う交渉ロジック

# 仕入れコストを下げる 交渉テンプレート集

---

PRACTICAL NEGOTIATION STRATEGIES FOR GLOBAL SOURCING

---

## TABLE OF CONTENTS

# 目次

本テンプレート集は、交渉の各フェーズ（初回接触、価格交渉、独占契約、トラブル対応など）に対応しています。状況に合わせて最適なテンプレートをご活用ください。



CHAPTER 01

初回コンタクト

p.03



CHAPTER 02

価格交渉

p.05



CHAPTER 03

MOQ引き下げ

p.07



CHAPTER 04

独占契約打診

p.09



CHAPTER 05

OEM見積依頼

p.11



CHAPTER 06

展示会后フォローアップ

p.13



CHAPTER 07

クレーム・返品対応

p.15



SUMMARY

まとめ：返信率3倍のポイント

p.17



Subject: Inquiry from **【Your Company】** about **【Product/Category】** for the Japan market

Copy Text

Hello **【Contact Name】**,

We are **【Your Company】**, a Japan-based distributor generating approx. **【Annual Revenue】** in annual sales across **【Channels】**. We're sourcing **【Product/Category】** for Q**【Quarter】** with an initial purchase of **【Init Units】** units and a 12-month forecast of **【Forecast Units】** units.

Could you please share:

- Your latest price list for **【SKUs/Models】** (EXW/FOB), MOQ, and lead time.
- Catalog, spec sheets, and sample availability.

If there's a better point of contact for Japan, please advise.

Looking forward to exploring a partnership.

Best regards,

**【Name】** | **【Title】** | **【Email】** | **【WhatsApp/WeChat】** | **【Company Website】**

**i** 【】内の箇所は、自社の状況に合わせて具体的な数字や名称に書き換えてください。数字（年商・発注予定数）を入れることが重要です。

## 🎯 なぜこの書き方が効くのか

- ✓ **数字（年商・予測数量）で信頼を可視化**  
抽象的な自己紹介ではなく、具体的な規模感を示すことで、相手の優先順位を一気に上げ、意思決定を早めます。
- ✓ **要求事項をリスト化して明確化**  
価格表、MOQ、リードタイム、カタログなど、必要な情報を箇条書きにすることで、相手が「何に返信すればよいか」迷わせません。
- ✓ **日本窓口の有無を最初に確認**  
既存の総代理店や日本支社がある場合の商流トラブルを未然に防ぎ、無駄なやり取りを削減します。

## 📌 送信タイミング・コツ

- 💡 **平日相手国の午前中を狙う**  
メールボックスの上位に表示されるよう、時差を考慮して送信予約を活用しましょう。
- 💡 **件名に「Japan market」を含める**  
多くのスパムメールと区別するため、国名を明記して正当なビジネス機会であることをアピールします。
- 💡 **実績は“approx.”で表現**  
正確な数字を出すリスクを避けつつ、規模感を伝えるために概算（approximate）を使います。

## ✍️ カスタマイズすべき箇所【】

テンプレート内の【】を以下の情報に書き換えてください。特にハイライト部分は重要項目です。

【Your Company】 自社名

【Product/Category】 製品カテゴリ

【Contact Name】 担当者名

【Annual Revenue】 年商

【Channels】 販路

【Quarter】 対象四半期

【Init Units】 初回発注数

【Forecast Units】 年間予測数

Subject: Aligning pricing for **【SKU/Line】** - target **【X%】** adjustment

Copy

Hi **【Contact Name】**,

Thanks for the quote on **【SKU/Line】**. To make this work for the Japan market after landed costs, we need unit pricing at **【Target Price】 【Currency】** (≈ **【X%】** below your current quote at our volume).

Two workable paths:

**Option A - Price:** **【Target Price】 【Currency】** at **【Volume】** units per PO.

**Option B - Value:** Maintain current price if we receive **【Bonus】** (e.g., free shipping, **【Y%】** spare parts, extended warranty).

We can commit to **【Quarterly Volume】** units quarterly and feature your brand across **【Channels】**. If we start with a trial PO this month, can you confirm either Option A or B by **【Date】**?

Best,

**【Name】**, **【Company】**

**i** 【】内の箇所は編集してください。Option A（単価値下げ）かOption B（付加価値）の二択を提示することで、相手に「No」と言わせず、どちらかの条件を引き出すテクニックです。

## 🎯 なぜこの書き方が効くのか

- ✓ 「到着原価」基準で“必要価格”を明示  
単なる「安くして」ではなく、Landed Cost（関税・送料込原価）を理由にすることで、値引きを客観的かつ論理的な要求に変えます。
- ✓ 二択（Price or Value）で合意率向上  
「値下げ」が無理なら「付加価値」という逃げ道を用意し、Yesを引き出しやすくします。
- ✓ コミット数量と販路露出の提示  
相手にとってのメリット（将来の売上・ブランド認知）をセットで提示し、Win-Winの関係を強調します。

## 📌 交渉のコツ

- 💡 期日【Date】で時間軸を作る  
「いつまでに返事が欲しい」と期限を切ること、相手の社内検討を加速させ、後回しにされるのを防ぎます。
- 💡 まずは「大枠の合意」を取る  
初回はOption AかBのどちらの方向性でいくか握ることに集中し、細かい条件詰めは次のステップで行います。

## 📏 使い分けの目安

### 5%引き：スピード重視

他社比較で「あと一步」の時。無理のない範囲で素早く条件を確定させたい場合に有効です。

### 10%引き：条件付き確約

複数SKUのまとめ買いや、年間複数回発注のコミットが出せる時。または競合の正式見積がある時に使用します。

### Volume / Value：実質コスト削減

## ✍️ カスタマイズ箇所【】

以下の項目を案件に合わせて書き換えてください。

【SKU/Line】対象商品

【X%】目標値引率

【Contact Name】相手名

【Target Price】目標単価

【Currency】通貨

【Volume】発注数量

【Bonus】要求する付帯条件

【Y%】予備品率

Subject: Trial order request to lower initial risk - **【Product】**

Copy Text

Hi **【Contact Name】**,

We're confident about **【Product】** in Japan but prefer a staged ramp. Would you accept a first PO of **【Trial Units】** units at **【Price】** **【Currency】** (close to your standard MOQ price), with a scale-up plan:

- P01 (Test): **【Trial Units】** in **【Month】**
- P02 (Ramp): **【Next Units】** in **【Month】** (reaching your MOQ)
- P03 (Scale): **【Scale Units】** in **【Month】**

We'll share weekly sell-through data and commit to reorder upon hitting KPIs. Please confirm if you can approve this trial MOQ and sample shipping timeline.

Thank you,

**【Name】** | **【Company】**



ポイント：初回のみMOQを下げてもらう代わりに、2回目・3回目の発注計画（Scale-up plan）を提示して、長期的な取引規模をアピールします。

### 🎯 なぜこの書き方が効くのか

- ✓ **サプライヤーのリスクを最小化して説得**  
「テスト発注」という名目で、サプライヤーが懸念する在庫リスクやキャッシュフローの問題をクリアにし、少量の正当性を主張します。
- ✓ **スケール計画 (PO1→PO3) で未来を見せる**  
単なる値切りではなく、将来的なメーカーMOQへの到達計画を具体的に示すことで、パートナーとしての本気度を伝えます。
- ✓ **KPI到達での自動リピート確約**  
条件付きの確約を提示することで、相手にとっての「取引開始のメリット」を明確にし、初回ハードルを下げます。

### 💡 コツ・注意

- 💡 **価格は“MOQ価格に近い条件”を提案**  
数量は譲ってもらう代わりに、単価は相手の標準に近づけることで、相手の利益率を守る配慮を見せます。
- 💡 **週次販売データの共有を約束**  
Google Sheet等でセルスルー（消化率）を可視化し、メーカー側に市場の反応をリアルタイムで共有して安心感を与えます。
- 💡 **PO2でメーカーMOQに乗る設計**  
2回目の発注で相手の希望ロットに達するように計画し、初回だけの特例であることを強調します。

### ✍️ カスタマイズすべき箇所 【 】

テンプレート内の【 】を以下の情報に書き換えてください。特にハイライト部分は重要項目です。

【Product】 製品名

【Contact Name】 担当者名

【Trial Units】 初回テスト数量

【Price】 希望単価

【Currency】 通貨

Subject: Japan market exclusivity proposal for **【Brand/Line】**

Copy Text

Hi **【Contact Name】**,

Based on initial traction and our retail coverage in Japan, we'd like to discuss exclusive distribution for **【Brand/Line】** in Japan.

Proposal highlights:

- Territory: Japan exclusive
- Term: **【Term Months】** months, renewable upon meeting KPIs
- KPI: Annual purchase of **【Commit Units】** units or **【Commit Value】** **【Currency】**
- Launch plan: **【Key Channels / Retailers】**

If acceptable, please share your standard exclusivity terms or a draft LOI/term sheet. We're ready to place an initial order of **【Init Units】** within **【Lead Time】** once aligned.

Regards,

**【Name】** | **【Company】**

### 📄 なぜこの書き方が効くのか

- ✓ 「条件付き独占」で相手の不安を払拭  
KPI・期間・購入コミット額を明示することで、メーカー側の「独占権を与えても売れなかったらどうしよう」というリスクを軽減します。
- ✓ 実行意志の数値化  
ローンチ計画と初回発注 (Init Units) をセットで提示し、単なる権利確保だけでなく、具体的な販売活動への本気度を示します。
- ✓ 交渉の初速を上げる  
先方の雛形 (LOI/Term Sheet) を依頼することで、ゼロから契約書を作る手間を省き、法務チェック段階へ素早く移行できます。

### 🕒 切り出しタイミング

- 💡 実績を作ってから打診する  
テスト発注を経て、2~3回の安定したリピート発注や、有力な販路からの引き合いが出た段階がベストタイミングです。
- 💡 段階的な独占権の獲得  
いきなり長期の完全独占を狙わず、最初は「更新条件付きの短期独占 (6-12ヶ月)」で合意し、実績を作ってからフル独占へ拡張するのが定石です。
- 💡 競合の動きを察知したら即動く  
日本市場での露出が増えると他社も動き出します。先行者利益を守るため、早めのLOI (基本合意書) 締結を目指しましょう。

### ✍️ カスタマイズすべき箇所 【 】

テンプレート内の【 】を以下の情報に書き換えてください。特にハイライト部分は交渉の核となる重要項目です。

【Brand/Line】 対象ブランド/ライン

【Contact Name】 担当者名

【Term Months】 契約期間(月数)

Subject: OEM/Private Label RFQ – 【Product Spec/Model】

Copy Text

Hello 【Contact Name】,

We plan to launch a private label version of 【Product】 in Japan. Please quote with and without branding for the attached specs:

- BOM/materials, tooling/mold cost, unit price at 【1k】 / 【3k】 / 【5k】 units
- MOQ per color/size, lead time, packaging options
- Compliance: 【PSE/PSC/食品衛生法/その他】 as applicable

Please confirm if our spec sheet format works and advise any DFM improvements. We can share projected volumes and target launch date of 【Launch Month】.

Best regards,

【Name】 | 【Company】



【】内の箇所は、具体的な製品スペックや法規制（PSEなど）に書き換えてください。法規制対応の可否を最初の段階で確認することで手戻りを防ぎます。

### 📊 なぜこの書き方が効くのか

- ✓ **Branding有無の両建てで見積比較**  
ロゴなし（既製品）とあり（OEM）の価格差を可視化し、自社ブランド化のコスト対効果を冷静に判断できます。
- ✓ **ロット別単価と初期投資の明確化**  
1k/3k/5kの段階的見積とツーリング費（金型代）により、将来のスケールメリットと損益分岐点を把握できます。
- ✓ **法規制（PSE/PSC等）の先出し**  
日本独自の規制対応が可能かを最初に問うことで、非対応メーカーを排除し、後工程での手戻りを防ぎます。

### 📄 仕様書の送り方・コツ

- 💡 **PDF1~2枚に要点を集約する**  
詳細すぎる仕様書は読まれません。寸法、素材、カラー、ロゴ位置、同梱物を図解し、英語で簡潔に記載します。
- 💡 **DFM（製造容易性）改善を歓迎する**  
「より安く・高品質に作るための変更提案」を歓迎する一文を入れ、メーカーのノウハウを引き出します。
- 💡 **参考画像の活用**  
言葉での説明より、類似製品の写真や図面に矢印を入れて指示する方が、誤解なく伝わります。

### ✍️ カスタマイズすべき箇所【】

テンプレート内の【】を以下の情報に書き換えてください。特に法規制とロット数は重要です。

【Product Spec/Model】仕様・型番

【Contact Name】担当者名

【Product】製品名

【1k/3k/5k】見積ロット数

【PSE/PSC/食品衛生法】適用法令

【Launch Month】発売予定月

【Name】署名氏名

【Company】自社名

Subject: Great meeting at **【Show Name】** – next steps for **【Product】**

Copy Text

Hi **【Contact Name】**,

It was a pleasure meeting you at booth **【Booth No.】** yesterday. As discussed, we're interested in **【Product/Line】** for Japan.

Could you send:

- Line sheet and EXW/FOB pricing for **【SKUs】**
- MOQ and lead time
- Sample arrangements to **【Address】**

I'm available for a 20-minute call on **【Date Options】** (JST). If convenient, feel free to propose another time. We aim to place a trial PO in **【Month】**.

Thanks,

**【Name】** | **【Company】**

**i** 【】内の箇所は、具体的な展示会名やブース番号に書き換えてください。記憶が鮮明な24時間以内に送信することが最も重要です。

## 🎯 なぜこの書き方が効くのか

### ✓ 24時間以内が最大の鍵

記憶が鮮明なうちに連絡することで、数百枚の名刺に埋もれるのを防ぎます。展示会期間中は夜にホテルから送るのがベストです。

### ✓ 依頼項目を3点に絞る

カタログ・価格・サンプルの3点に絞り、相手の作業負担を最小化することで返信率を高めます。

### ✓ 日程候補（JST）提示で誘導

「いつ空いていますか？」ではなく具体的な日時を示すことで、即座に打合せへ誘導します。

## ▶▶ 具体的次ステップ

### 💡 3ステップのロードマップを明示

「カタログ・価格確認」→「サンプル発注」→「本発注（PO）」の流れを文面で示し、ゴールを共有します。

### 💡 カレンダーリンクで効率化

Calendly等の予約リンクを署名欄付近に貼ると、時差調整の往復メールを省略できさらに効果的です。

### 💡 返信がない場合

48時間以内に返信がなければ、件名に「Re:」をつけて再送し、見落としを防ぎます。

## ✍️ カスタマイズすべき箇所【】

テンプレート内の【】を以下の情報に書き換えてください。特にハイライト部分は重要項目です。

【Show Name】 展示会名

【Product】 興味のある製品

【Contact Name】 担当者名

【Booth No.】 ブース番号

【Product/Line】 製品ライン

【SKUs】 対象SKU

【Address】 サンプル送付先

【Date Options】 打合せ候補日

Subject: **Corrective action request – 【PO#/SKU】 quality issue**

Copy Text

Hi **【Contact Name】**,

We value our partnership and want to resolve an issue promptly. On **【Date】**, we observed **【Issue Summary】** across **【Defect Rate%】** of **【SKU/Batch】**.

Attachments include photos and QC notes. To recover customer trust and keep our schedule, could you confirm one of the following by **【Date】**:

- Replacement for affected units shipped at your cost, or
- Credit note of **【Credit Amount】** **【Currency】** applied to our next PO.

Additionally, please advise root cause and preventive action. We'd like to continue with **【Next PO Plan】** once this is addressed.

Regards,

**【Name】**

|

**【Company】**



【 】内は状況に応じて編集してください。不具合率と解決策（交換 or クレジット）を明示し、感情的にならずに事務的に解決を図るのがポイントです。

## 🎯 なぜこの書き方が効くのか

### ✓ 関係維持を冒頭で宣言

「We value our partnership」と前置きすることで、攻撃的なクレームではなく、建設的な相談である姿勢を示し、相手の防御壁を下げます。

### ✓ 事実と数値を客観的に提示

発生日、不具合内容、不良率（Defect Rate）を具体的に伝えることで、感情論を回避し、議論の焦点を「問題解決」に絞ります。

### ✓ 解決策を二択で提示して決定を促す

「代替品送付」か「次回のクレジット相殺」か、具体的なアクションを提示し、期日を切ることで解決スピードを上げます。

## 📌 次回取引につなげる締め方

### ➤ 次回POの計画をちらつかせる

「問題さえ解決すれば、次の発注を進めたい」と明示することで、サプライヤーにとっての解決のインセンティブ（報酬）を明確にします。

### ➤ 再発防止策（Root Cause）を求める

単なる返金対応で終わらせず、原因究明を求めることで、「品質にうるさいが、長く付き合えるバイヤー」という信頼を構築します。

### ➤ 強すぎず弱すぎないトーン

要求は断固として行いつつ、表現は礼儀正しく。このバランスが将来の有利な取引条件を引き出します。

## ✍️ カスタマイズすべき箇所【】

テンプレート内の【】を以下の情報に書き換えてください。特にハイライト部分は重要項目です。

【PO#/SKU】発注番号/SKU

【Contact Name】担当者名

【Date】発生日

【Issue Summary】不具合概要

## 返信率を3倍にする7つの鉄則

相手の意思決定コストを下げ、信頼を勝ち取るためのチェックリスト

**1 1メールにつき「1つの明確な依頼」**  
複数の用件を詰め込まず、相手が「何をすれば完了か」を一瞬で理解できるようにする。

**2 数字で信頼を可視化する**  
年商、発注数、期日、KPI を数字で語り、プロフェッショナルな規模感を示す。

**3 二択クロージングの活用**  
「価格」か「付帯価値」か。選択肢を提示して Yes/No の質問を避け、どちらかを選ばせる。

**4 期限設定で優先度を上げる**  
「いつまでに返信が必要か」を明記し、相手のタスクリストの上位に食い込む。

**5 必ず「互恵（メリット）」を添える**  
要求だけでなく、ボリュームコミットや販路露出など、相手を得る利益をセットにする。

**6 情報摩擦（Friction）を減らす**  
コピー可能なテキスト、軽量の添付ファイル、署名の連絡先明記でストレスをゼロにする。

**7 フォローアップの黄金ルール**  
48-72時間間隔で最大2回まで。件名に Re: をつけてスレッドを維持する。