

2020年度 京都商工会議所
【海外向け】生活関連商品売り込み商談会＜事前マッチング型＞
実施概要

■はじめに

新型コロナウイルス感染症(COVID-19)拡大の影響により、訪日観光客らによるインバウンド消費が霧散してしまった中で、海外向けにいかに商品売り込みが課題となっています。

京都商工会議所では、京都ならではの地域の特性や強みを活かしたユニークな商品づくりに取り組む中小企業事業者の販路開拓支援の一環として、この度、海外向け「事前マッチング型個別商談会」を開催いたします。

この商談会は、成約率の向上や商談の効率化を図るべく事前マッチング型で実施いたします。これは、買い手企業（バイヤー）が探されている商材や取引条件を事前に提示し、個別商談を希望される売り手企業にお申込頂き双方のご希望が合えばご面談日を決定するものです。

今回は、WEBを活用したオンライン形式（Zoom）で開催いたします。是非この機会に、貴社の「これぞ！」と思う商品にてお申込みください。

■主催・共催

主催：京都商工会議所 共催：京都海外ビジネスセンター

■目的

海外向けの販路拡大の機会を目的に中小製造業・卸売業等（サプライヤー）と新しい魅力的な商品の発掘を希望されている買い手企業（バイヤー）との“充実した商談の場”を創出し、双方の新規取引の促進を図ります。

■開催日・募集期間

2020年12月

※参加バイヤー企業（後掲）で日程をご確認ください。

■参加資格

それぞれの商談分野に沿った商品を製造または取り扱う事業所（京都商工会議所会員／非会員問わず）※金沢・富山・福井・神戸・大阪・京都の6商工会議所で構成する「北陸・関西連携会議」（H27.9.2）の合意に基づき、北陸3会議所の会員企業も参加対象とします。

■商談形式

・WEB会議システム「Zoom」を活用したオンライン商談形式

※オンライン商談会のため、会場は設置いたしません。自社オフィス等で通信環境の整った場所からご参加ください。

・バイヤー、サプライヤー双方の商談希望を確認し、事前マッチングが成立したサプライヤーに時間及びアクセス先のURL、ミーティングID、パスワードをメールにてご連絡させていただきます。

■商談分野

食品・日用品等

■参加費用

エントリーは無料です。

事前マッチングが成立した場合のみ、参加費を頂戴します。請求書を送付いたしますので、支払い期日までにお振込みをお願いします。

京都商工会議所会員：1,000円／

京都府内商工会議所・金沢・富山・福井商工会議所会員：3,000円／

非会員：5,000円

■エントリーから商談までの流れ

1. HPよりエントリー（無料）

エントリー受付後、受付確認メールが届きますのでご確認ください。

2. バイヤーによる事前選考

エントリーされた商品か商談対象商品かどうかバイヤーが確認します。

3. 商談有無と開催時刻のご連絡（予定：商談5日前）

エントリーいただいた方全員に「商談あり」、「商談なし」をメールで通知します。

■オンライン相談のご利用にあたって

- ・Web 会議システム「Zoom」pro を使用します。事前にご利用の PC・スマートフォン等で、「Zoom」がご利用可能かご確認ください。
- ・「Zoom」は無料で使用できますが、インターネットに接続するための通信料金は各社のご負担となります。
- ・パソコン（又は携帯端末）、ヘッド（イヤ）ホーン、マイク、通信用カメラの必要機器は各自ご用意ください。
- ・商談形態は、本所がホストとなり、3者（バイヤー、サプライヤー、本所）で実施します。

■留意事項

- ・エントリーから実際の商談までに、各バイヤーによる事前選考がございます。お申し込んでも商談に至らないケースがございますので、予めご承知ください。
- ・商談を希望するバイヤーへの商談、斡旋、取引をお約束するものではありません。
- ・本商談会は、商談の機会を提供するものであり、京都商工会議所が間に入って商談を取り持つものではありません。商談会終了後にバイヤーとの継続商談を希望される場合は、直接バイヤーとやり取りをしてください。
- ・バイヤーへのサンプル品の事前発送については、マッチング後、個別ご案内させていただきます。なお、サンプル品代や輸送費用等の経費一式は、参加者の負担となりますことをご了承ください。
- ・本商談会を契機に発生した取引等に関するトラブル・損失等について、京都商工会議所は一切責任を負いかねますのでご了承ください。
- ・申込時にご記入いただく個人情報、本事業の管理・運営のため京都商工会議所の各種連絡・情報提供に利用するほか、他の販路開拓関連事業のご案内等に利用させていただきます。

申込送付先／問合わせ先

京都商工会議所 産業振興部 小川・堀口

TEL : 075-341-9771 / FAX : 075-341-9796 / e-mail : kokusai@kyo.or.jp

■参加バイヤー企業

<Part 1 >

12月1日(火)

エントリー締切: 11月10日(火)

社名	株式会社ドウシシャ
URL	https://www.doshisha.co.jp
自社PR	<p>弊社は、ニッチ市場をターゲットとした生活関連商品の企画・開発・生産・販売を中心とする「開発型ビジネスモデル（メーカー機能）」と、独自の仕入ネットワークを活かし多岐に渡る国内有名メーカーの食品や海外有名ブランド商品を、より安く安定的に調達し販売する「卸売型ビジネスモデル（商社機能）」を軸に、お客様やエンドユーザーの豊かな暮らしづくりに貢献する企業です。</p> <p>私たちは、商品の企画・開発から商品がエンドユーザーの手に届くまでの流通プロセスの中で発生するさまざまな課題を、お客様と共に解決するビジネスを展開しています。このビジネスを通じて、「より良い商品をより安く、より専門的に」提供し、お客様やエンドユーザーの豊かな暮らしづくりに貢献することこそ、「流通サービスのプロデューサー」としての使命だと考えています。</p> <p>今回の商談会では、中国、ベトナム、カンボジアを中心としたASEAN諸国を対象にした加工食品をお取扱いされている企業様とのマッチングを期待しております。</p> <p>私達ドウシシャはこれからも、「流通サービスのプロデューサー」として、時代の変化に素早く、柔軟に対応し、今までにない新しい商品、売れる売り場を創造し続け、広く深く社会に貢献してまいります。</p>
主な営業地域	中国・ベトナム・カンボジア 上記を中心としたASEAN諸国
商品品目	加工食品全般（常温・冷蔵・冷凍等）
商談を希望する商品の内容	<ul style="list-style-type: none"> ◆海外未輸出の商品 ◆付加価値商品 ◆京都特有の商品
取引の諸条件	輸出経験のあるメーカーを希望します。

■参加バイヤー企業

<Part 2>

12月2日(水)

エントリー締切: 11月10日(火)

社名	昭和貿易株式会社
URL	http://www.showa-boeki.co.jp
自社PR	<p>1877年の創業以来、大阪に於いて、国内取引並びに輸出入取引を通じて皆様にご愛顧いただいております。</p> <p>食品の輸出に関しては、ヨーロッパを中心に、中東、東南アジア、北米に輸出しています。加工食品に加え、日本酒、生鮮果実・野菜も販路がございます。</p> <p>商談にあたりましては、メーカー様が輸出を希望する国を事前に特定ください。当社の販路とマッチングできるかどうか、検討させていただきます。</p>
商品品目	<p>◆生鮮食品、和菓子・洋菓子、飲料、酒類、調味料</p> <p>◆日用品（ドイツ向けを中心に）</p> <p>※日用品のイメージは、100均ショップに売られているような品目（安価である必要はありません。）</p>
商談を希望する商品の内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 基本的に HACCP / ISO等第3社認証取得が望ましい。 2. HALALにはこだわらないが、中東向けの食品の場合にはアルコールフリー、ポークフリーであること。 3. 各国の個別の食品規制に対応し、原材料の変更など柔軟に対応できること。 4. 賞味期限が1年以上であることが望ましい。(最低でも9ヵ月)
販売形態	小売り用、業務用（レストラン向け） ※国、また、顧客によって異なります。

<Part 3>

1 2月8日(火)

エントリー締切: 1 1月13日(金)

社名	NewTime (China) Co., Ltd.	
URL	http://www.newtimecn.cc/	
自社PR	<p>弊社は 2006 年の設立以来、伝統工芸の伝承・現代デザインの推進に尽力し、中国消費者の生活品質及び美学に対する認識の向上を目指してまいりました。これまで 120 社以上の日本企業の商品をお取り扱いさせていただいており、現在では、中川政七商店、廣田硝子、セラミックジャパンなどの代理店を務めています。</p> <p>また、海外ブランドの代理店業務から始まった弊社は、現在では新岱グループへと成長し、子会社である蘇州新勝商貿發展有限公司では、代理店業務を通して培ったネットワークを活かし、展示会・イベント・POP UP ショップの企画・運営、ブランドおよびデザインコンサルティング、販路開拓支援や広報プロモーション、商標および著作権登録といった中国市場への進出を希望される企業向けの一貫したサービスを提供。卸先であるハイエンド層をターゲットとした、セレクトショップ・コンセプトストア・総合型書店等の実店舗および EC ショップにて販売（現在までに約 100 店舗以上に販売）しております。</p> <p>輸出経験があまりない企業様でも当社でサポートいたしますので、ご安心ください。中国市場への進出を長期プランで検討され、本気で挑みたいと思っている企業様とぜひお取引させていただければと思っております。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="384 1290 826 1574"> <p><中川政七商店トークイベント></p> </div> <div data-bbox="858 1003 1433 1574"> <p><廣田硝子セミナー></p> </div> </div>	
主な営業地域	中国（全土（主に、上海、蘇州、杭州、広州、北京、深セン、成都、西安）・台湾・香港	
商品品目	生活雑貨、文具、インテリア用品、アイデア雑貨、キッチン用品、伝統工芸	
商品の特徴	他社と差別化できる特徴があり、デザイン性だけではなく機能性も優れている日本製の商品。価格帯：日本上代 1,000 円～5,000 円。	
取引の諸条件	中国での商標登録、CCC 認証等の取得 ※取得いただいていない場合は、弊社にて取得のお手伝いをさせていただくことも可能です。	

① 商談相手の情報をしっかりチェック！

- ・ 商談相手がどのようなターゲットを顧客にしているのか？商品構成は？
- ・ 自社商品と同一カテゴリで扱っている商品があるか？あればその違い・優位点は？

② 自社商品の「ウリ」・「優位性」などが説明できるように準備する

- ・ 単に「おいしい」「手作り」「京都産」「高品質」という曖昧な言葉ではなく、消費者視点で、自社商品の具体的な「ウリ」や「優位性」が説明できるか？
- ・ 商品 PR だけでなく、商戦にあった商品企画や売場企画ができないか？さらに、使用シーンの提案もできれば GOOD。
- ・ バイヤーの立場で、自社商品を取り扱うことのメリットが説明できるか？
- ・ バイヤーから「商品が高い」と言われても、返す言葉を準備できているか？
- ・ バイヤーから聞かれた際に応えられるよう、自社の取引条件がきちんと整理できているか？

③ 商談時は、自分ばかり喋っていないか意識する

- ・ たくさんの商品を説明しようとして一方的に喋らないよう注意する。
- ・ バイヤーの意見を聞く時間を確保し、商品評価や商品改良のヒントを聞き出す時間を設ける。
- ・ 商品サンプルや試食などを活用して効率的・効果的な商談をする。
- ・ バイヤーがどのような商品や企画を求めているかを聞き、それに対して提案したり、継続的な関係性を築くための方策を模索する。
- ・ 商談内容が不調でも、今後の継続商談につなげるためにバイヤーから何らかの宿題を持ちかえるように努力する。宿題が出ない場合は、自ら宿題を作るなど、次に繋げる工夫をする。
- ・ 継続して話を詰めたい場合は、必ず、商談中にバイヤーとアポイントの日時を決める。バイヤーは忙しいため、後日、アポイントや連絡を取ろうとしても繋がらない場合が多い。

④ 商談会後は、こまめな連絡で関係を切らない努力をする

- ・ 記憶が新しいうちに商談内容を整理する。
- ・ バイヤーからの質問で持ち帰った案件についてはすぐに回答する。
- ・ 商談が不調に終わったり、バイヤーからの連絡がないからといって、すぐに諦めない。地道に新商品や季節商品、父の日や母の日などのイベント商品に関するニュースレターを送付するなど、情報提供を続ける。