

2021年度 京都商工会議所
【海外向け】食品・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

京都商工会議所では、世界中にまん延した新型コロナウイルス感染症により大きな影響を受けた海外との取引について、アフターコロナにおけるスムーズな京都商品の海外販路拡大を支援すべく今年度も、「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

【構成団体：ジェトロ京都、京都府、京都市、京都商工会議所、（公財）京都産業21、（公財）京都高度技術研究所】

■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

2021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）※京都府内商工会議所および、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が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・山岡・河村

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

<Part1>

12月6日(月)

エントリー締切: 11月12日(金)

社名	Simply Native Pty Ltd.
URL	https://simplynativejapan.com.au/
自社PR	<p>弊社は、日本の職人技や作り手の細やかな心遣いについてオーストラリアを中心に世界の使い手に届ける会社です。日本のものづくりと日本国外のお客様の懸け橋となりたいという思いを持ち、日々活動しています。</p> <p>シドニーの中心地サリーヒルズにカフェ兼小売店舗を運営。現地建築デザイン会社やレストラン、小売店に幅広いネットワークを有し、日本のものづくり商材を提案。取扱い商品はオーダーメイド可能な建築資材、ミュージアムショップ・小売店向けのライフスタイル商品（食品・非食品）を提案しています。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p><店舗外観></p> </div> <div style="text-align: center;">  <p><店舗内></p> </div> </div>
主な営業地域	オーストラリア
分野	食品・日用品等
希望する商品の内容	<ul style="list-style-type: none"> ◆オーストラリア未進出の地域の商材 ◆お客様に興味を持ってもらえるストーリーのある商品（歴史、復刻商品、地域の文化を深く関わりのある商品など） ◆ギフト商材（国内卸価格 4,000 円以下の商品が売れ筋です） ◆常温、賞味期限 90 日以上の食品 <p>【食品】</p> <p>保存商品、和菓子、調味料など</p> <p>【日用品】</p> <p>生活雑貨、家具、寝装品、家庭用品、インテリア用品、住居余暇関連用品、キッチン用品、伝統工芸品、画材（インク、和紙等）</p>
販売形態	オーストラリア・シドニーの実店舗及びオンラインストアにて小売販売。他店舗への卸販売
取引の諸条件等	<p>仕入方針：買取</p> <p>掛け率：メーカー様提示の掛け率</p> <p>納品：日本国内納品、</p> <p>決済：円決済可能（出荷前全額入金）。</p> <p>その他：長期的なパートナーシップを築けること。</p>

■参加バイヤー企業

<Part2>

12月8日(水)、9日(木)

エントリー締切: 11月12日(金)

社名	KC セントラル貿易株式会社
URL	https://boeki.co.jp/
自社 PR	<p>弊社は、カメイグループの海外戦略中核企業として誕生して以来、より美味しく安全な食品を世界各国の皆様にお届けすることを目指しています。世界各国の地域社会に密着し人々の生活を豊かにする食品専門商社として活動・発展することを企業理念とし、食を通じて人々のライフスタイルを豊かにし、食品の輸出・輸入業を通し、食の文化交流に貢献することを目的としております。</p> <p>米国・小売向けを中心に幅広い商品を探しています。販売先は小売店舗を持つ弊社グループ企業が中心となります。海外テストマーケティングへのご関心、販促協賛頂けるメーカー様大歓迎です。</p>
主な営業地域	米国・シンガポール等
分野	食品
希望する商品の内容	食料品全般（常温・冷蔵・冷凍） 賞味期限 180日以上、FSSC/ISO22000、SQF、HACCP あれば尚可
販売形態	米国・シンガポールの実店舗にて販売
取引の諸条件	米国法規制による輸入不可品目（例：畜肉系原料使用品は不可）、酒類は不可

■参加バイヤー企業

<Part3>

12月10日(金)

エントリー締切: 11月12日(金)

社名	株式会社 KM International
URL	http://km-international.co.jp/
自社 PR	<p>弊社代表は、シンガポール、ベトナム（ハノイ・ホーチミン）、インドネシア（ジャカルタ）に駐在経験を次つ。駐在期間中は主に APEC 域内の物流の営業、オペレーションに約 10 年携わり特にベトナムからの食品、生鮮品、繊維品の輸出、材料輸入案件に立ち上げから多数関わりました。</p> <p>帰国後は駐在期間で得た人脈を生かし日本からの食品、雑貨、玩具等の輸出を多岐に渡る分野で経験。各国で開催される展示会や商談会の支援は年間で 20 を数えます。ジェットロや中小機構のアドバイザーを務めており世界各国のバイヤーとの商談機会を日々持っております。ベトナム・マレーシア・香港・台湾に事業パートナーがあり、国内食品メーカーや食品輸出商社との強いパイプもございます。</p>
主な営業地域	東南アジア、東アジア、オセアニア、中東
分野	食品・日用品等
希望する商品の内容	<p>【食料品・アルコール商品全般】</p> <p>中でも</p> <p>①日用遣いができる小売り向けの食品（冷凍、常温品）</p> <p>②国産ウイスキー・ジン（OEM 不可）</p> <p>③子供向けの菓子、食品</p> <p>④健康食品</p> <p>⑤ハラール認証のあるもの</p> <p>⑥冷凍スイーツ</p> <p>【日用品】</p> <p>中でも</p> <p>①風呂敷などの和のテイストがあるギフトラッピング商材</p> <p>②子供雑貨</p>
販売形態	各国の輸入卸先に向けての販売
取引の諸条件	仕入方針・掛け率は、応相談。PL 保険の加入必須。 商品によっては即購入、売り先の紹介、輸出先でのプロモーションの提案などケースバイケースで対応。

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。