

第5回

バイヤーとの商談を行う



日本貿易振興機構
(ジェトロ)
岐阜貿易情報センター
所長

大澤 淳

今回は、海外展開の戦略立案方法について解説しました。戦略の立案ができたら、今度はロードマップに従って海外展開への準備を進めていくことになります。海外販路開拓のためには海外バイヤーや海外販路を有する国内商社との商談が欠かせません。今回は商談に向けた準備から、どのようにして商談機会を得るのか、についてご説明します。

① 商談に向けた準備

商談を行う前に、事前に準備しておくべきことがいくつかあります。例えば、商品の輸出価格、最低取引数、決済条件、梱包条件、インコタームズ(貿易取引条件とその解釈に関する国際規則)等です。今回詳しい説明は割愛させていただきますが、前にご紹介した貿易投資相談や、ジェトロ岐阜で開催する貿易実務講座で解説しますので、ご関心がございましたらぜひお申込みください。

また、自社の商品を海外バイヤーに紹介するために、英語等外国語のカタログやウェブサイトもぜひ用意ください。ジェトロでは、



ジェトロ岐阜

ジェトロが招待した海外バイヤー(海外に販路を持つ国内のバイヤーを含む)専用のオンラインカタログサイト「Japan Street」を運営しています。本サイトへは商品数に制限なく、何点でも無料で登録いただけます。



Japan Street



海外バイヤー専用
オンラインカタログサイト
「Japan Street」

さらに、製品によってはターゲット国に輸出する際に事前に輸入規制をクリアしたり、認証を取得しなければならない場合があります。海外展示会に出展する場合や、予め商談するバイヤーが決まっている場合は、事前に対象国に輸出する際に取得すべき認証等がある

② 国内商談会への参加

ジェトロでは、国内外のバイヤーとの商談機会を数多く提供しています。間接輸出での海外展開を検討されている事業者の皆さまに對しては、5月号でも紹介したように国内輸出商社との商談会を開催しています。直近では9月に食

品分野を対象とした商談会を岐阜県内にて開催します。さらに食品以外の日用品、インテリアウエア、キッチンウエア等を対象にした商談会を11月に開催予定です。その他にも東京や大阪でも同様の商談会が開催されることもあります。加えて、海外からバイヤーを招へいし、国内で商談会を開催することもあります。詳細はジェトロのウェブページやジェトロ岐阜のメールマガジンをご確認いただければ幸いです。



イベント情報

③ 海外見本市・展示会への出展

ジェトロでは、海外で開催される主要な見本市・展示会にジャパンパビリオンを設置し、日本企業の出展をサポートしています。ジャパンパビリオンへの出展のメリットとして、①ブースのデザイン・施工、出品物の通関・輸送、現地での広報など各種サービスをパッケージで提供するため、単独出展に比べ出展手続きの負担が軽減されるとともに、広報効果・集客効果が期待できる、②ジェトロが一部補助した出展料で出展できる(展示会によって条件が異なります)、などが挙げられます。ジェトロが出展支援する展示会は以下のウェブページで確認ができます。



ジェトロ支援の展示会情報



海外見本市・展示会の様子

また、ジェトロが出展しない海外見本市・展示会も数多く存在します。自社単独での出展を検討される、または市場調査目的で視察する展示会を探したい、という場合には、6月号でご紹介したJimmeseをご活用ください。

④ オンライン商談

コロナ禍を経て、海外とのオンライン商談も一般的になりました。先ほどご紹介したJapan Streetでは、バイヤーが関心のある商品があればジェトロに対して商談や見積の依頼をします。その後、ジェトロから日本企業の皆さまにご連絡し、商談や見積の提出に向けて個別にお話を進めます。各社のご要望にあわせて、商談への同席や通訳の無料手配など手厚

くサポートしています。また、ジェトロでは海外の主要都市及び周辺都市に、日本産製品の商品サンプルを展示・保管管理するショールームを設置し、海外バイヤーに随時商品を紹介することで、現地バイヤーとのオンライン商談を実施する「サンプルショールーム事業」を運営しています。この他にもオンライン商談を実施する事業はいくつかありますが、いずれもお申込みの際にJapan Streetへの商品登録をお願いしていますので、オンライン商談をご希望の場合はまずJapan Streetへの登録をご検討いただければと思います。

今回は商談に向けた準備や商談機会獲得に向け活用できるジェトロのサービスをご案内しました。商談会や展示会についてはすぐに成果に繋がりますが、4月号、6月号で海外展開事例としてご紹介した(株)浅野商店様、小林生麵(株)様の事例にもあるように、継続する中で活路を見出していくことが非常に大事です。

これまで5回にわたって海外市場開拓に向けたアクションについて案内してまいりました。次月は最終回として、海外展開を進めるにあたって必要な「社内体制の整備」について解説したいと思います。