



特集 2

# 仙台商工会議所の

# 販路回復

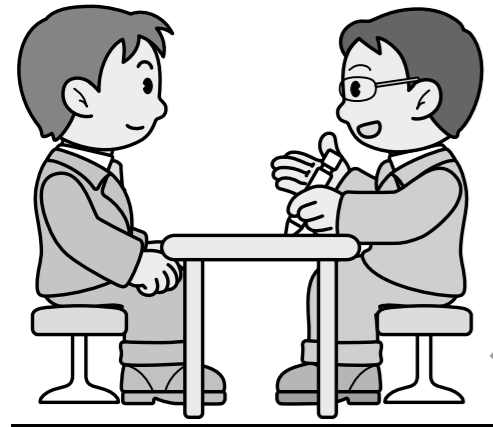
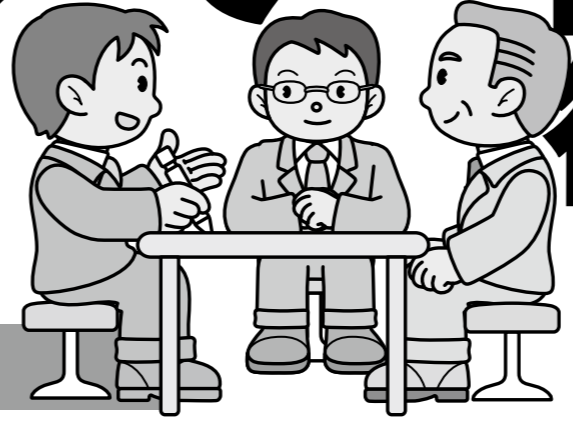
# 開拓

# 支援で

# 商談

# 成約率

# アップ



1. 申込に応じて事前マッチング

2. 商談中も同席して商談内容を分析

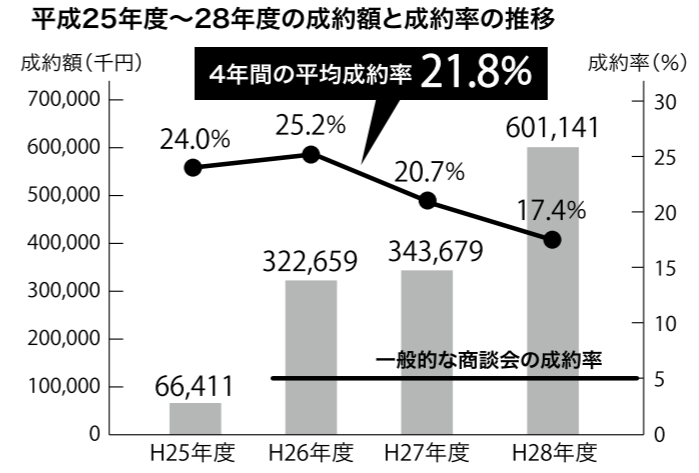
3. 次の商談に向けてアドバイス

いざ商談へ

もし成約しなくても

**成約率は平均20%超！**  
**商品開発力アップで**  
**成約額も増加**

伊達な商談会の最大の特徴は、その成約率の高さです。事業がスタートした平成25年度の成約率は24.0%。通常、展示商談会での成約率は5%前後とされていますので、これがいかに高い水準か、お分かりいただけるのではないのでしょうか。いわゆる「支援買い」が一段落したところなどで、昨年は初めて20%を割り込みました。しかし、4年間の平均成約率は21.8%と、依然、高水準を保っています。



成約額という点、初年度の平成25年度で6641万円だったものが、翌年には3億2266万円と約5倍に。昨年度は6億114万円にのびました。成約率が若干下がっている一方で成約額が大幅に増加している理由には、事業のスタート時に比べて、サプライヤー（売り手側）の商品開発力が高まったことが挙げられます。何度も商談会を経験しノウハウを蓄積していくことで、バイヤー（買い付け側）の要望に沿った商品提案ができるようになってきているのです。

また、伊達な商談会は、事前に売り手と買い手のニーズを調整しながら商談をセッティングする「個別型」、被災地や、そこにある生産工場などの現場を視察しながらバイヤーに商品売り込む「バスツアー型」、複数企業が展示ブース等を設置し商品をPRする「集団型」の3つのスタイルで構成されています。さまざまな参加形態があることで、商談件数も年々増え、初年度850件だったものが昨年度は1218件、4年間の合計で4000件以上の商談が行われています。

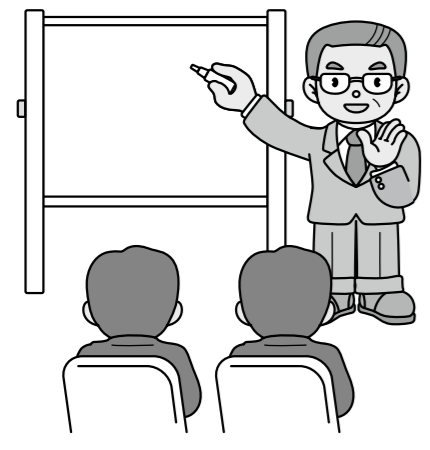
**高い成約率の秘訣は**  
**事前の調整と**  
**事後の支援にあり！**

伊達な商談会が高い成約率を維持している背景には、専属のコーディネーターの存在があります。商社や百貨店等のOBで、高いスキルと人脈を持ったコーディネーターが、バイヤーとサプライヤーの橋渡し役を担っているのです。

**販路開拓塾で**  
**商談スキルを身につける**

商談会に臨む際、自社商品に自信を持つことは大切ですが、気持ちだけでは、さらにその先にいる消費者に商品売り込んでいかなければいけないバイヤーの心を動かすことはできません。成約にいきつくには、きちんとした商談スキルも大切になってきます。そこで本事業では、「販路開拓塾」という講習会を開催し、成約に向けた自社商品のブラッシュアップの取り組み方や、バイヤーの記憶に残る商談の秘訣、消費シーンを想定したアプローチ方法などのコツを解説しています。

継続して自社商品売っていくには、バイヤーの心をつかむ方法を学ぶこともひとつ。ぜひ、販路開拓塾で新たなプレゼン術を習得してみたいかがでしょうか。



当日、商談には、コーディネーターも同席します。その場でバイヤーとサプライヤー双方の話を直接聞くことで、その後のサポートに生かします。この時、商談の多くは当日中の成約まで至らず、継続案件となります。継続案件になったものについては、バイヤー側から、商品のブラッシュアップを求められるケースがあります。その時に力を発揮するのがコーディネーターです。コーディネーターは商談に同席していますので、バイヤー側がどのような改善を求めているのか、第3者の目線で整理し、アドバイスすることが出来ます。こうして、事前・当日・事後のフォローを充実させることが、バイヤーの心を動かす商品づくりにつながっています。

東北六県商工会議所連合会・宮城県商工会議所連合会（いずれも事務局は仙台商工会議所）では、平成25年から、震災で喪失した販路の回復・開拓を支援してきました。今号では、本事業が、通常の商談会よりも高成約率を維持している理由を紹介します。

Coordinator



# コーディネーターの3人に 商談に臨む心構えを聞きました



えんどう みつよし  
遠藤光好さん  
(商社O.B.)

伊達な商談会は、商談の前、当日、後と、3つの軸で、きめ細かい支援をできるというのが大きいですね。初めに参加される方へは、事前に商品をお持ちいただければ、「今回の商談会ではこういう特徴を話した方が成約に結び付きやすいですよ」という具体的なアドバイスもできます。

サプライヤーの皆さんにお願いしているのは、数ある自社商品のうち、どれがその時のバイヤーにフィットするかを考えてきてほしいということ。バイヤーとサプライヤーのミスマッチが起こらないよう、私たちもお手伝いをさせていただきます。



まえしま あつし  
前嶋篤さん  
(百貨店O.B.)

伊達な商談会は、バイヤーの皆さんにお集まりいただく費用を商工会議所が負担しているというのも大きいと思います。

ここでサプライヤーの皆さんに申し上げたいのは、そうして集まってくるバイヤーの、商談会後の評価の70%以上は「商談継続」だということです。これは「不成立」ではないので、サプライヤーの皆さんが、ここをどれだけ「成立」に持って行くかという努力をすることが大切です。その努力がバイヤーの評価にもなりますし、今後の商談にもつながっていくと思います。



みやもと まさる  
宮本優さん  
(百貨店O.B.)

通常の商談会ですとバイヤーの希望が優先されますが、伊達な商談会ではサプライヤーの希望も伺い、お互いの要望をミックスして商談を組んでいきますので、高い成約率を生んでいるのだと思います。

また、我々は普段からさまざまなサプライヤーのところに掛かっています。そして、サプライヤーが今後売り込みを希望する会社の扱う商品や客層などを調べ、それならこの商品を薦めてはどうか、ということもアドバイスします。自分の売りたい商品の特徴やセールスポイントを明確にして、「だからあなたの会社に売り込みたいんです」と言えるようにすることが大切です。

## REPORT

### 東北復興水産加工品展示商談会2017 開催レポート

東北六県商工会議所連合会(当所事務局)が、水産三団体との共催で、6月6日、7日に開催した「東北復興水産加工品展示商談会」は、青森、岩手、宮城、福島、茨城県の水産加工会社114社が展示ブースを構成し、5700人が来場しました。

成約率は14.1%と、昨年の成約率(11.8%)を上回る結果となりました。  
また、ジェトロ仙台の協力により、海外バイヤーとの個別商談会も実施。タイ、ベトナム、シンガポール、オーストラリアの海外バイヤーと、計40商談が行われました(判定結果集計中)。

事前予約型の個別商談会は、バイヤー企業56社と438商談を実施し、当日の成約は68件、沿岸被災企業の復興は未だ道半ば。当連合会では今後も被災企業の販路開拓とともに、三陸ブランドの周知・PRを進めていきます。



会場内では活発な商談が行われた他、業界の先進事例に関するセミナーやパネルディスカッションも行われた。



出店者の一押し商品をまとめて展示するコーナーを設置。38社87品を展示し、各社自慢の商品を紹介。

伊達な商談会の詳細は当所復興支援チームまでお問い合わせください(Tel 265・8129)。

※今後の伊達な商談会のスケジュールは本誌30ページに掲載しています。